

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Akmami: Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 2(2), 204–219.
- Budi Prasetyo, & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 21(8), 793–794.
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Harga, P., Produk, K., & Lokasi, D. A. N. (n.d.). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RICHEESE FACTORY SURABAYA Muhammad Rofiq Nabil Fahmi Yahya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya*.
- HARIYANA, N., WARDANI, N. I. K., & SALSABILA, N. A. (2022). Discounts and Promotions On Purchase Decision. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 2(2), 63–70. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v2i2.73>
- Hersona, S. G., Muslihat, A., & Setyawan, T. (2022). *Analisis Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian*. 5(April), 1–7.
- Husen, A., Sumowo, S., Rozi, A. F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember the Effect of Locations, Brand Images and Word of Mouth To Consumer Buying Decisions on Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 2460–9471.
- I, M. R., Elisa, K. S., Ayu, R., & Novitawati, D. (2020). *Produk dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Sebagai Variabel Intervening : Studi Pada Konsumen Pasar Tradisional*. 4, 386–400.
- Ika, N., Wardhani, K., & Hendrati, I. M. (2021). *Development of Local Food-Based Food Products to Expand Marketing Network in Kenjeran Bulak Sub District Surabaya*. 2021, 312–317. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.0948>
- Imon, N. V., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2020). Inovasi Smartphone Iphone terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fispol Unsrat. *Jurnal Productivity*, 1(5), 421–425.
- Lie, F. B., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran (4P) Terhadap Tingkat Penjualan Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Masa Pandemi COVID-19 di Kota Kotamobagu. *Emba*, 9(4),

1239–1248.

- Maulana, Y. S. (2018). PEMILIHAN LOKASI PABRIK PT SUNG CHANG INDONESIA Yogi Sugiarto Maulana Sung Chang Indonesia memilih Kota diantaranya menurut Richard L Daft. *Adbis*, 2(2), 211–222.
- Mauldy, I., & Saefurahman, A. (n.d.). *THE EFFECT OF RETAILING MIX ON (STUDY AT ALFAMART MATRAMAN RAYA*. 1–16.
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Dompnet Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handpone. *IQTISHADequity*, 1(2), 36–46.
- Ramadhan, D., & Mahargiono, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan ...*, 9(5), 2.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1).
- Setiyaningrum, I. F., Walyoto, S., & ... (2021). Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm Produk Pertanian Di Desa Purworejo, Sragen. *Transformatif ...*, 2(4), 287–293.
<http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/transformatif/article/view/3909>
<http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/transformatif/article/download/3909/1535>
- Sofyan, M., Rulandari, N., & Sari, Y. (2021). Analisis Proses Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Mall Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 306–315. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i3.4019>
- Sutanto, T. W., Ekonomi, P., & Kartika, U. W. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Dagang Di Kota Surabaya*. 1–14.
- Wardhani, N. I. K., Izaak, W., & Yohanes, M. (2021). Analysis of OCR's Factor and Sales Promotion on E-commerce. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 3(2), 127–132.
<https://doi.org/10.33005/ebgc.v3i2.127>
- Willy, F., Sumarsan, T., & Julitawaty, W. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56.
<https://pmci.ac.id/ejournal/index.php/jbk/article/view/47>

Yuliana Ulfidatul Hoiriyah. (2021). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 1(2), 115–120.