

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Wibowo, D. L., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Aisya, S., & Riyadi, Y.A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 16- 33.
- Angelia, A. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Sewa Gudang (Studi Kasus Pada Kawasan Industri Marunda Center Bekasi). Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Ardiyanto, A. (2023). Analisis Efektivitas Penggunaan Mobile Application T-Smart, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Sewa Kendaraan Pada Pt. Surya Sudeco-Tunasrent. Universitas Mercu Buana-Menteng.
- Arianty, N. (2019). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- Asti Eka, Ayuningtyas Eka. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1 (01), 1-14.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 1423.
- 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.
- Assauri, Sofyan. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Assauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Assauri Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Awaliyah, Sopa. (2022). "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer (Survei pada Konsumen Permata Wedding Organizer Tasikmalaya)". *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol.1, No.11, Oktober 2022, 3972-3975.

- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cfc Grande Karawaci. <https://www.google.com/search?q=indikator+persepsi+harga&oq=indikator+persepsi+harga>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762–766.
- Ekasari, R., Agustya, D., Yucha, N., Arif, D., Retnowati, D., Mandasari, A. A., ... & Lestari, L. P. (2019, March). Effect of price, product quality, and service quality on customer satisfaction on online product purchases. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012287). IOP Publishing.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan). DI Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan, Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Fitriyanto, N. W. (2019). Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium. Universitas Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadju, H. Z. & Sitohang, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Transportasi PT PELNI Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(8), 1 – 18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3469>
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2009). Konsep dan aplikasi PLS (partial least square) untuk penelitian empiris. Yogyakarta: BPF.
- Haryani, S., & Sirajuddin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pembelian Sepeda Motor Pada Cv . Sulteng Motor Palu. 6, 146–152.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D.& Best, R. (2019). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (11th Ed.). McGraw-Hill.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Wardhana, A., et al. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Jumini, I. & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam. *Ilmiah Core IT*, 8(1), 85 –94.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarkopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66-73.
- Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (13th edition)*. London: Pearson Education.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, Issue 2)*. Jilid.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.))*. Penerbit Andi.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Mubarak, F. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Sewa Komputer Untuk Bermain Game Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Tokyo Gaming Space. *LSPR Communication and Business Institute*.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia (Vol. 1, pp. 83–88)*.
- Nasution, et al., 2019. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada

- 212 Mart di Kota Medan”. *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1): 194-199.
- Nasution, E. D. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Evaluasi Website Sewa Mobil Pada CV Annur Menggunakan Metode Servqual. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, 3(3), 238-252.
- Nico, & Soegiono. (2021). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di RBS Motorsport Sidoarjo. *Academia*, 11(7), 10- 28
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 2019. *Consumer Behaviour Perilaku Konsumendan Strategi Pemasaran*. Edisi ke empat. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J., & Wibowo, L. A. (2017). *Manajemen komunikasi dan pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rachman, M. U. M., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Toilet Portabel di PT Sewatoilet Indonesia. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1995–2001.
- Rizal Zulkarnain, H. T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon. *Jurnal Manajemen dan Bisnis ISSN : 2686-0554*, 4.
- Safitri, D., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Muzaki melalui Kepuasan Muzaki dan Kepercayaan Muzaki. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 501–515. 1479
- Sari, R. M. (2020). kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian pada makanan cepat saji. Bab Ii *Kajian Pustaka* 2.1, 5(2004), 6–25.
- Schiffman Dan Kanuk. (2019). The Effect Of Product Quality , Price And Promotion On The Purchase Decision Of Telkomsel Service Products. 4(9).

- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021, September). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” di Kota Tangerang. In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 2, pp. 1070-1079).
- Subekti. (2019). Hukum Perjanjian. Jakarta: Intermedia
- Subeni, M. D. A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Layanan, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Netflix (Studi Pada Generasi Z di Kota Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. SENMABIS: Conference Series, 1(1), 83–95.
- Soelistyo, T. A. B. (n.d.). *Analisis promosi, kualitas pelayanan terhadap minat konsumen, dan dampaknya pada pengambilan keputusan penyewaan* (.).
- Susanti, D. (2018). *Vol. XII Jilid III No.79 Januari 2018 MENARA Ilmu. XII(79)*, 48–55.
- Syardiansah. (2017). *Pengaruh Fasilitas , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Sewa Lapangan Futsal oleh Mahasiswa (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tingkat IV)*. 8(2), 678–688.
- Syahputra, I., Ginting, P., & Nurbaiti Lubis, A. N. (2023). The Influence of E-wom and Perception of Price on Purchase Intention with Brand Image as an Intervening Variable in Kahf Care Products. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEAS)*, 3(3), 983–988. <https://doi.org/10.54443/ijeas.v3i3.951>
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa. DI Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. DI Yogyakarta: Andi Offset.