

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Bairizki, “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies),” *Jurnal Valid*, vol. 14, no. 2, pp. 71–86, 2017.
- [2] D. Efendi, *Manajemen Operasional, Perpustakaan Nasional RI : Katalog Dalam Terbitan Susunan Tim Penyusun*. 2019.
- [3] D. G. Ongoh, S. Mandey, and R. J. Jorie, “Analisis Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado,” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 3, no. 3, pp. 582–594, 2018.
- [4] S. P. Sari, “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen,” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, vol. 8, no. 1, p. 147, 2020, doi: 10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- [5] A. Sakinah, “Pengaruh Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmen Milenial Dengan Minat Beli Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Internet Di Kota Makassar),” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 2013–2015, 2021.
- [6] D. Fatihudin and M. A. Firmansyah, *Pemasaran Jasa*. 2020.
- [7] P. Kotler and K. L. Keller, *Framework for Marketing Management*, 6th ed. Chicago: Pearson Education, 2015.
- [8] F. Tjiptono and G. Chadra, *Pemasaran Strategik*. 2018.
- [9] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 12. Jakarta: Indeks, 2009.
- [10] Haudi, *Teknik Pengambilan Keputusan*, Cetakan Pe. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- [11] P. Kotler and G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1.*, vol. 7.
- [12] A. I. Permana, “Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak,” *Ekonomi Bisnis*, vol. 25, no. 2, pp. 94–109, 2020, doi: 10.33592/jeb.v25i2.422.

- [13] Sihombing, I. Kesuma, and I. S. Dewi, *Pemasaran dan manajemen pasar : sebuah analisis perspektif terhadap minat beli dan kepuasan konsumen*, Cetakan pe. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- [14] W. Wawanudin, B. Juanda, and A. Fauzi, “Jurnal Manajemen Volume 8, Nomor 1, Juni 2018,” *Jurnal Manajemen*, vol. 8, no. 1, pp. 42–59, 2018.
- [15] P. Prayogi and A. J. Malik, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Es Krim Baskin Robbins,” *SMART Management Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 42–55, 2022, doi: 10.53990/smj.v3i1.203.
- [16] H. Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2018.
- [17] R. G. P. S. Yan, A. Repi, and B. Lumanauw, “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 6, no. 1, p. 106, 2018.
- [18] I. Ayu, “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kuta Bali,” *Jurnal Gastronomi Indonesia*, vol. 8, no. 2, pp. 49–55, 2020, doi: 10.52352/jgi.v8i2.551.
- [19] A. Y. P. Chang, “A study on the effects of Sales Promotion on consumer involvement and purchase intention in Tourism industry,” *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, vol. 13, no. 12, pp. 8323–8330, 2018, doi: 10.12973/ejmste/77903.
- [20] A. Nurhadi, “Jurnal Ekonomi Efektif,” *Jurnal Ekonomi Efektif*, vol. 2, no. 1, pp. 186–197, 2019.
- [21] A. H. Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- [22] S. N. Adila and N. Aziz, “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang,” *OSF Preprint*, pp. 1–16, 2019.
- [23] D. S. Irawan, “PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH MINAT BELI PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE YOGYAKARTA,” *Applied Microbiology and Biotechnology*, vol. 85, no. 1, pp. 2071–2079, 2020.
- [24] S. Bahri, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018.

- [25] A. Rofiq, Z. Arifin, and Wilopo, “Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action),” *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 1–10, 2018.