

DAFTAR PUSTAKA

- Amron, A. (2018). *The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars*. *European Scientific Journal*, 14(13), 228–239. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- American Marketing Association. (2017). *Definition of marketing*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>
- Asnawi, N., & Masyuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar, S. (2013). *The analysis of product quality, price, and promotion on consumer's purchasing decision of Indomaret in Medan City*. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(3), 76–81.
- Baitullah, M. I. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Kong Katsu di Sampit (Skripsi, STIE Sampit). STIE Sampit Repository.
- Bong, S. D., Siregar, B. W. S., & Segoro, W. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Xiaomi di Kota Depok. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 17–27.
- Counterpoint Research. (2024). *Monthly Indonesia Tracker 2024*. <https://www.counterpointresearch.com/insight/monthly-indonesia-tracker/>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Fitriani. (2021). Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee di kota Medan. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 10(02), 241-252.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (Edisi ke-13). New York: Pearson Education.

- Irianda, D., & Yamini, E.A. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian ponsel Xiaomi (Studi pada konsumen ponsel Xiaomi di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 47–58.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-13). Jakarta: Erlangga.
- . (2021). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-18). Harlow, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (Edisi ke-16). New York, NY: Pearson Education.
- Kurniasari, A. (2023). Analisis harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada kios unggas Tlogoraya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 7(2), 115–123.
- Kristanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lestari, D. A. (2022). Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Scarlett Whitening pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Mahasiswa*, 7(1), 88–97.
- Lestari, R. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk elektronik merek Samsung (Studi pada mahasiswa di Kota Surabaya) (Skripsi, Universitas Negeri Surabaya). Universitas Negeri Surabaya Repository.
- Maulana, H., Oktaviani, N. E., & Handayani, N. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(1), 55–63.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen (Swalayan 212 Mart Cikaret). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 45–54.
- Putri, A. D., & Sandari, T. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 901-907.
- Priskilia, & Sitinjak. (2019). Analisis strategi promosi penjualan dalam meningkatkan minat penggunaan ulang layanan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 112–125.
- Riani, A. P., Prabowo, H., & Meiryanti, R. (2024). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel *intervening* (Studi kasus *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Kabupaten

- Pemalang). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 16823–16830.
- Ritter, T., & Pedersen, C. L. (2020). *Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future*. *Industrial Marketing Management*, 86, 180–190. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.01.008>
- Sitorus, Y. F. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(2), 98–107.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan, I. (2008). *Manajemen pemasaran modern* (Edisi ke-2). Yogyakarta: Liberty.
- Sukmawati, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen Garden Caffe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Yogyakarta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sudiyanto. (2020). *Manajemen pemasaran*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Sunyoto, D. (2013). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sandia, F. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada mahasiswa UIN Mahmud Yunus Batusangkar. Skripsi, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Saragih, Y. D. (2014). Pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan). *Niagawan*, 3(2), 52-61. Universitas Negeri Medan Repository.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, R., & Pratama, A. (2020). Peran promosi penjualan dalam komunikasi pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45–58. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.1.45-58>

Yuniawati, W. M. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Zafiya Bogor (Skripsi, Universitas Pakuan). Universitas Pakuan Repository.

Zed, E. Z., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi (Studi kasus pada mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, Cikarang). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7217–7237.