

## DAFTAR PUSTAKA

- Aryadhe, P., & Rastini, N. (2016). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 254291.
- Asiamah, E. Y., Quaye, D. M., & Nimako, S. G. (2016). The effects of lucky draw sales promotion on brand loyalty in mobile telecommunication industry. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 109–123.
- Astari, I. Y. (2019). Pengaruh Display, Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Interior Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Pakaian Aziziah Kota Kediri. *Jurnal Ekuivalensi*, 5(1), 84–97.
- Bachtiar, A. (2020). Analisis Faktor Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kecamatan Cikarang Pusat Bekasi. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 2(2), 21–30.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34. <https://doi.org/10.31227/osf.io/tc2fe>
- Dharmasetiawan; Aprilian, Y. (2017). Pengaruh Faktor Kepribadian Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Distro Di Tembilahan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 46–57.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Hasan. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Yang Terdiri Dari Faktor Budaya, Sosial, Kepribadian Dan Psikologi Dalam Keputusan Pembelian Produk Motor Metic Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(2), 255–274.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/872>
- Husnawati, H., Tentama, F., & Situmorang, N. Z. (2019). Pengujian Validitas dan Reliabilitas Konstruk Bersyukur. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 1(2), 135–141. <https://doi.org/10.26555/jptp.v1i2.15136>
- Jariyah, K. A., & Yucha, N. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Pakaian Ainun Jaya

- Kota Baru Driyorejo. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMAHA*, 3(1), 247–258.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). *Marketing Management*. Pearson.
- Khan, M. A., Tanveer, A., & Zubair, S. S. . (2019). Impact of Sales Promotion on Consumer Buying Behavior: A Case of Modeern Trade Pakistan. *Governance and Management Review*, 4(1), 38–53.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management* (Millenium). Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Amastrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Lila, S. I., Winerungan, R. R., & I, A. S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di PT Tuna Dwipa Matras Pos Tondano. *Manajemen & Kewirausahaan*, 1(1), 38–45.
- Mahmud, E. novi. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kompetensi Guru terhadap Kinerja Guru di UPTD Sekolah Dasar Kecamatan Cilamaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–14. <http://dosen.univpancasila.ac.id/dosenfile/1292211002139450814711March2014.pdf>
- Masduqi, A., & Nugroho, A. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi Related papers. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.
- Nadeem, M. (2020). How Consumers ' Personality traits affect their buying intensity in sale promotion Activities : The mediatory Role of Buying behavior. *SSRN Electronic Journal*, 1–32.
- Nangoy, S., Mandey, S., & Lotje, K. (2017). Pengaruh Promosi, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pakaian Matahari Departemen Store Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(24), 148–162.
- Noyan, F., & Simsek, G. G. (2012). A Partial Least Squares Path Model of Repurchase Intention of Supermarket Customers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 921–926. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.156>
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 4(1), 71–85. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v4i1.1034>
- Pradana, E. (2021). “ Analisis Pengaruh Customer Experience Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada

- Starbucks Coffee Di Pontianak : Perspektif B2C .” *Jurnal Equator Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 1–21.
- Priyanto, R., Martina, S., Hamzah, F., Somantri, P. R., & Syarifuddin, D. (2018). Peranan Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Djaya Binong Jati. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(2), 296–304.
- Putranto, A. T. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas. *Jurnal Distrupsi Bisnis*, 1(2), 21–37. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/2106>
- Putri, L. H. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/138#:~:text=Hasil dari penelitian ini adalah,%2C harga%2C dan lingkungan fisik.>
- Rehman, F. ur, Bin Md Yusoff, R., Bin Mohamed Zabri, S., & Binti Ismail, F. (2017). Determinants of personal factors in influencing the buying behavior of consumers in sales promotion: a case of fashion industry. *Young Consumers*, 18(4), 408–424.
- Rj, F. T., & Ferdinand, T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rosita, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction. *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1(2), 98–103.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Selliamanik, I. (2018). Kualitas Dan Harga Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian Merek Mango ( Studi Kasus Pada Karyawati KPMG Siddharta Widjaja Dan Rekan). *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 63–68.
- Souiden, N., & Rani, M. (2016). The effect of demographic and personality characteristics on fashion shopping proneness. *The Eletronic Library*, 34(1), 1–5.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantittatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sulistiawan, A., Sari, E. Y. D., & Situmorang, N. Z. (2021). Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komitmen Organisasi dengan Pendekatan Confirmatory Factor Analysis (CFA). *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 10(1), 61–68. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v10i1.5478>
- Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear di Grand Indonesia Jakarta. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 447–463.
- Yudha, I. P. G. M. K., & Suprpti, N. W. S. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Daya Tarik Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang (Di Matahari Mall Bali Galeria Kuta). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(7), 1803–1834. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i07.p02>