

REFERENCES

- Abbas,Aamir.dkk (2020). The Effect of Service Quality on Purchase Intention with Mediating Role of Store Image. *School of Management Studies, The University of Faisal abad, Faisal abad,Pakistan.School of Management, Faculty of Economics and Management,Universiti Kebangsaan Malaysia,Malaysia. Vol.9,No.1.*
- A.H. Hermanto. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap MinatBeli. *JurnalEKOBISTEK*,9(1),93-99.
- Adi, Rifqi Purwo. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal* vol.2 no.1 hal 110-115. ISSN 2252-6552.
- Arief Adi Satria. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol 2, No 1, April 2017.
- Buchori Achmad. dan Harwani Yuli (2021). The Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Intention Mediated by Trust (Case Study: PT China Taiping Insurance Indonesia) *European Journal of Business and Management Research*. Universitas MercuBuanaJakarta,Indonesia.
- Brosnan,Robert.dkk.(2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pada TokoSemadhi Bike Shop Blahkiuh di Masa Pandemi Covid-19. *Journal EMAS*. FakultasEkonomi dan Bisnis, Universitas MahasaraswatiDenpasar.Vol 2,No2
- Ferdinand,A. (2013) in BuchoriAchmad. dan HarwaniYuli (2021) . *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasbi Syatul Hasya.dkk (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic,Business and Engeneering*. Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an. Vol 2, No Jakarta:Erlangga.
- Hetty Sri Wardani. (2015). Pengaruh KualitasProduk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Kotler,P., and Armstrong,G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed). *Pearson Pretice Hall*.

Pongoh, Melysa Elisabeth. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado. Jurnal EMBA. Vol.1 No.4 Hal 86-94. ISSN 2303-1174.

Sitanggang, Fornandes. dkk. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli Medan. Universitas Prima Indonesia, *Tijarah, Volume 1 No. 19 Tahun 2020*.

Slamet Heri Winarno, dkk. (2018). Faktor – Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 OOREDOO. Jurnal Ekonomi and Ekonomi Syariah Vol 1 No 2, Juni 2018.

