

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. R. Hafid Usman(1), “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE LAZADA DI CIKARANG SELATAN Hafid,” *Ilm. Manaj. Pemasar.*, vol. 53, no. 9, p. 14, 2019.
- [2] J. Ismanto, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa “Prodi Akuntasni S-1,”* no. 1. 2020.
- [3] F. Handayani and Daspar, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti,” 2015, [Online]. Available: <https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran?ref=24753&jurusan=&jenis=Item&usingId=false&download=false&clazz=ais.database.model.file.LampiranLain>.
- [4] H. Saragih, “Analisis Strategi Penetapan Harga Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Nutricia Indonsesia Sejahtera Medan,” *J. Ilm. Methonomi*, vol. 1, no. 2, p. 197048, 2015.
- [5] E. Patra, “Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Alat-Alat Kesehatan (Hospital Bed) Pada Pt Sarandi Karya Nugraha,” *JIMFE (Jurnal Ilm. Manaj. Fak. Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 99–120, 2018, doi: 10.34203/jimfe.v1i2.567.
- [6] P. Studi Manajemen and F. Ekonomi dan Bisnis, “Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil Sandra Fitriyani Trisna Murni Sri Warsono,” *Manag. Insight*, vol. 13, no. 1, p. 47.