

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). *Jurnal Ekonomi*. 3(1), 29–36.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen*.
- Cahyono, Y., Suryani, P., & Elvandari, N. (2020). *Journal Of Industrial Engineering & Management Research (Jiemar)*. 01(Juni), 1–23.
- Danang Sunyoto. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. Caps (Center For Academic Publishing Service).
- Fahrezzy, R. S., & Moch.Trenggana, A. F. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus Rifqi*. 17(2), 174–183.
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Andi.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I01.P17>
- Hair, Joseph F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prestice Hall.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *Jmd: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V2i1.345>
- Hasyim, & Anindita, R. (2016). Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran. *Jakarta: Uieu-University Press*.
- Ir. Agustina Shinta, M. P. (2011). *Manajemen Pemasaran*.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil Lgc Di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/Eksis.V12i1.75>
- Jacklin, G. C., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado*. 5(2), 2221–2229.
- Kaharu, D. (2016). *Keputusan Pembelian Pada Cosmic Debora Kaharu Anindyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia)*

Surabaya. 5.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Edisi 14.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Ed.). Pearson Prestice Hall.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (Pearson Prentice (Ed.); 13th Editi).
- Mawardi, S. A. A. M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). *Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang)*. 62(1), 127–134.
- Peter, & Olson, J. (2009). *Consumer Behavior And Marketng Strategy* (Edisi 12). Gramedia Pustaka Utama.
- Philip Kotler, & Armstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Edisi 9. J). Pt. Indeks Kel. Gramedia.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/Emba.V6i4.21224>
- Prawira, E. Y., & Sukardi. (2019). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta*. 9, 64–75.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. 48(1), 124–131.
- Saebani, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Batik Dinar Hadi Surakarta. *Jkb*, 18.
- Sarjita. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jbma*, 4(2), 80–93.
- Shinta Devy, N. A. B. S. (2018). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Pt . Rotella Persada Mandiri Journal Of Management Science (Jmas)*. 1(1), 18–23.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini3, N. N. (2019).

Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ema*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.47335/Ema.V5i1.45>

Swastha, B. Dan H. (2011). *Manajemen Pemasaran : Perilaku Konsumen*. Bpfe.

Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 1(1), 68–82. <https://doi.org/10.31539/Costing.V1i1.16>

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Andi (Ed.); Edisi 3).

Wiliam J. Stanton. (1998). *Prinsip Pemasaran* (Edisi Ketu). Erlangga.