

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo Dwitama Soenawan dan Edward Stephen Malonda, 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. Surabaya.
- Angelina Rares dan Ritunsulu Jopie Jorie, 2015. *The Effect Of The Price, Promotion, Brand image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Manado Town Square*. Manado.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali
- Pers.460 Hal. Charlie Bernando Halomoan Samosir dan Arief Bowo Prayoga, 2015. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. Yogyakarta.
- Christy Jacklin, Jantje Sepang, dan Sjendry Loindong, 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. Manado.
- Davin Joshua dan Metta Padmalia, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Surabaya.
- Desi Derina Yusda, SE., MM, 2019. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada House Of Shopaholic. Bandar Lampung.
- Diego Gulliando. 2019. *The Effect Of Product Quality, Price, And Promotions On Purchase Decision Of Telkomsel Service Products*. Jakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Andi Offset.
- FCW Timotius. 2020. *The Role Of Product Quality And Proce Perceptions In Affecting Purchase Decision On Milkmo Product*. Jakarta.
- Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian (Studi Pada Pembelian Produk Bandeng Juwana Semarang). Semarang.
- Gujarati, Damodar. 2001. *Ekonometrika Dasar*. Penerjemah Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hapzi Ali. 2019. *Product Quality And Process Analysis To Purchase Decision Of House Ownership*. Jakarta.

- Helga Drumond, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid I, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- James C Anderson, Finn Wynstra. 2000. *Combining Value And Price To Make Purchase Decision In Business Markets*. Rotterdam.
- I Darmadi Durianto, 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*, (Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), Jakarta.
- Kadek Ayu Riska Oktavenia dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. Bali.
- Kartajaya, Hermawan, 2000. *Marketing Plus 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (1997), *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- _____, (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____, (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, (2005). Yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Media.
- _____, (2007). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____, 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- _____, (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- _____, (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen, John C., Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business*. Edisi IV. Salemba Empat: Jakarta.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Prinsip-prinsip pemasaran*.(Jakarta: Edisi keduabelas jilid 1 erlangga,2001).Repository Maranatha Bandung, 2008.
- Rinda Romdonah, Azis Fathoni, Andi Tri Haryono, Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih), *Journal of Management* Vol. 1 No. 1 2015.
- Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. Batam.
- Sharen G Tulanggow, Tinneke M.Tumbel dan Olivia Walangitan, 2019. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Pembelian PT Shopee Internasional. Manado.
- Singarimbun, Masri, Sofyan Effendi, 1995. *Metode Penelitian Survei*, LP3ES. Jakarta.
- Stanton, William J. 2004. *PrinsipPemasaran* (terjemahan). Erlangga. Jakarta.
- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Yogyakarta, Liberty.
- Supranto J, 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta, Erlangga.
- Tjiptono, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2002, “*Metodologi Penelitian*”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. No. 3 Jilid 10 2005, hal. 153-165.
- Wiwin Andriani Abdurrahman dan Putri Reno Kumalasari, 2019. Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Family. Surabaya.
- Wulandari, P.P dan Widiyanto (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota. Semarang: Journal Undip

