

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetaka Pertama. Alfabeta. Bandung.
- Adipramita, V. dan I. Cempena. B. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4(1): 80-90.
- Ansori, P. B. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani Y. E. dan I. M. B. Dirgantara. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Atribut Produk dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Stage My Fashion di Ngaliyan. *Jurnal Manajemen* 7(4): 785-793.
- Aziz, N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal Pundi* 1(1): 1-9.
- Barry, B. dan J. Evans. 2004. *Retail Management*. Ninth Edition. Pearson Education International. New Jersey. Terjemahan L. Salim. 2014. *Manajemen Ritel*. Edisi Sembilan. Pearson. Jakarta
- Buyung, S. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(4): 376-386.
- Gama, A. W. S., N. W. Rustiarini., dan N. P. N. Anggraini. 2016. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati* 10(2): 22-30.
- Ghassani, M. T. dan S. Suryoko. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwara Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Bandeng Juwara Elrina Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6(4): 1-8.
- Ghoenadhi, L. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akutansi* 12(2): 155-162.

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2012. *Manajemen Accounting*. 7th. Terjemahan D. A. Kwary. *Akutansi Manajemen*. Edisi Kedelapan. Buku satu. Salemba Empat. Jakarta.
- Hardiansyah, F., M. Nuhung., dan I. Rasulong. 2019. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makasar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 3(1): 90-107.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Kedua. CAPS. Yogyakarta
- Iriyanti, E., N. Qomariah., dan A. Suharto. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 2(1): 1-15.
- Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Kencana. Jakarta.
- Kodu, S. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA* 1(3): 1252-1259.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Principle Of Marketing*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Sabran. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- _____. dan _____. 2012. *Principle Of Marketing*. Thirteenth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan A. Sindoro. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Marketing Management*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. PT indeks kelompok Gramedia. Jakarta
- _____. dan _____. 2016. *Marketing Management*. Fifteenth Edition. Pearson Education Inc. USA. Terjemahan S. Bob. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelimabelas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta
- Lubis, D. I. dan R. Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* 5(1): 2355-1488.

- Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Manampiring, A. F. dan I. Trang. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International TBK Malalayang. *Jurnal EMBA* 4(1): 472-483.
- Martono, N. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi Revisi 2. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Mowen, J. C. dan Minor. 2002. *Customer Behavior*. 5th ed. Prentice Hall. New Jersey. Terjemahan D. K. Yahya. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- Nur Faiza, I. Y., dan R. S. Basuki. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di House Of Pet Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4(2): 329–333.
- Puspitasari, A., R. D. Astuti., dan Kurnianti. 2017. Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Fumigasi (STUDI KASUS PT. SUCOFINDO CABANG SEMARANG). *Jurnal JOBS* 3(1): 51–62.
- Rawung, D. R., S. Oroh., dan J. S. Sumarauw. 2015. Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(3): 1298–1308.
- Santoso, S. 2011. *Riset Pemasaran Dan Aplikasi SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Santoso, I. 2016. Peran Kualitas Produk, Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi* 15(1): 94-109.
- Sembiring, I. J., Suharyono., dan A. Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan MCDonal's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 15(1): 1-10.
- Soenawan, A. D. dan E. S. Malonda. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 3(2): 395–409.

- Stanton, W. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Ketujuh. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. PT Buku Seru. Jakarta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- _____. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kelima. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____ dan G. Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ketiga. Andy Offset. Yogyakarta.
- Wariki, G. M., L. Mananeke., dan H. Tawas. 2015. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA* 3(2): 1073-1085.