

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. dan Z. J. H. Tarigan. 2017. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA* 5(3): 1-9.
- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Keenam. Alfabeta. Bandung.
- Angipora, M. P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arianto, N. dan B. D. A. Octavia. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4(2): 98-107.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Edisi Revisi. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Boyd, H. W., O. C. Walker, dan J. L. Larreche. 1996. *Marketing Management A Strategic Approach with Global Orientation*. Richard D. Irwin, Inc. Terjemahan Imam Nurmawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Budyanto, T., C. Kojo. dan H. N. Tawas. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(04): 488-500.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Edisi pertama. Global Research and Consulting Institute. Gowa.
- Deisy, M., J. Lopian. Dan Y. Mandagie. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA* 6(4): 2288-2297.

- Ernawati, D. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen* 7(1): 17-32.
- Fanadya, H. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Suweger PT Sinergitas Indonesia Muda (Studi Pada Kedai Suweger Ketintang Surabaya). *Skripsi. Program Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia). Surabaya.*
- Fetrisen. dan N. Aziz. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produk PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal Manajemen* 1(1): 1-9.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Cetakan Keenam. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Cetakan Keenam. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadju, H. Z. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi PT. Pelni Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9(8): 1-18.
- Harahap, R. dan S. Asih. 2021. Analisis *People, Process* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telekomunikasi di Medan. *Jurnal AKMAMI* 2(3): 552-562.
- Kodu, S. 2013. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA* 1(3): 1251-1259.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2006. *Principle Of Marketing*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Sabran. 2006. *Prinsip-Prinsip*

Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.

_____.2008. *Principle Of Marketing*. Thirteenth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan A. Sindoro. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.

_____.20012. *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. 2006. *Marketing Manajemen*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

_____. 2016. *Marketing Manajemen*. Fifteenth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Molan. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelima Belas. Erlangga. Jakarta.

Lupiyoadi, R. dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.

Mahfoedz, M. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Edisi pertama. Unit Penerbitan dan Percetakan. Yogyakarta.

Mihing, S. O. 2021. Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lalulalang Café. *Skripsi*. Program Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia). Surabaya.

Mongisidi, S. J., J. Sepang. Dan D. Soepeno. Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA* 7(3): 2949-2958.

Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Edisi Pertama. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Rumondor, P. W., A. L. Tumbel. dan I. W. J. Ogi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA* 5(2): 1102-1112.

- Sahir, S. H., A. Ramadhani. dan E. D. S. Tarigan. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Komestik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3(1): 1-15.
- Santoso, S. 2011. *Riset Pemasaran Dan Aplikasi SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Sangadji, E. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Cetakan Pertama. Andy Offset. Yogyakarta.
- Saputri, A. W. 2017. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaringan 4G LTE PT. Telkomsel. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Universitas Pancasila. Jakarta.
- Sari, D. Y., E. Tjahjaningsih, K. A. Hayuningtiyas. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang). *Prosiding SENDING_U 4*:677-683.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. 2008. *Consumer Behavior*. 8th ed. Prentice Hall Inc. USA. Terjemahan Z. Kasip. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT. Indeks. Jakarta.
- Syaleh, H. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi. *Jurnal COSTING* 1(1): 68-82.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Tiga. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Supranto, J. dan N. Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Edisi kedua. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Supriyadi., Y. Fristin, dan G. Indra. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 3(1): 135-144.

Suryani, T. 2008. Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Swastha, B. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.

Timpal, N., L. S.L.H.V.J. dan P. V. Rate. 2016. Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus Pada Siswa SMA Dan SMK Di Kota Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(01): 308-317.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Andi Offset. Yogyakarta.

_____. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kelima. Andi Offset. Yogyakarta.

