

## DAFTAR PUSTAKA

- Addien, A. M. (2019). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian di Pos KUPI (Johor) Kota Medan.
- Aldy Rochmat, Purnomo. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. Yogyakarta: Fadilatama
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Kumpulan Penelitian Dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Bangun, C.P.B. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sophie Paris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Basu Swastha. (2012). Manajemen Penjualan, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta
- Djaslim Saladin, 2015, Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Fandy Tjiptono. 2017. Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Feigan Baum. 2000. Kendali Mutu Terpadu. Jilid 1, Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).

Ghozali, Imam. (2011). *Apalikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*

SPSS 19. Ed. 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarti, Damodar. (2003). *Ekonometrika Dasar: Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.

Handayani, Desy., dkk. 2015. *Brand Operation*. Jakarta: ESENSI

<http://himasta.unimus.ac.id/wp-content/uploads/2021/01/Simple-Random-Sampling.pdf>

Irawan, D. T. B., & Satrio, B. (2015). Pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil avanza. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(9).

Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.

Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(1), 246-254.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.

Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat

Manampiring, A. F., & Trang, I. (2016). Pengaruh produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian mobil di PT. Astra International Tbk

Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).

Mimi S.A dan Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Puri Indah Jakarta Bara. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumangara.

Mohamad Rizan, Dahliana Yulianti, dan Rahmi. 2015. The influence of Price and Service Quality of Brand Image and its Impact on Customer Satisfaction Gojek (students study on a stste university of Jakarta), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6, No. 2

Mudasir, A. S. (2017).Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Indomaret Bumi Cikarang Makmur 70. *Ekonomi STIE Pelita Bangsa Bekasi*.

Muksin, D. R., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55. No. 1.

Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.

Sanjaya, S. (2017). Pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. Sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).

Schiffman dan Kanuk, 2015. *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.

Sofi Anggraeni Lubis, 2019. *pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian oriflame (studi kasus mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah sumatera utara)*.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu*

*Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38-51.

- Stanton, William J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto  
Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya  
terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-  
182.
- Sugiharti, M. (2014). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian  
pada Swalayan Surya Pusat Ponorogo. Skripsi Tidak Diterbitkan.  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Suharno. (2010). Dasar-dasar Kebijakan Publik (kajian proses dan analisis  
kebijakan). Yogyakarta: UNY Press.
- Terence A. Shimp. 2003. Periklanan promosi . Jilid satu Edisi 5. Penerbit  
Erlangga.
- Tjiptono Fandy 2015. Pemasaran Jasa. Edisi Pertama dan Kedua. Malang : Bayu  
Media Publishing.
- Viesti, R. T. (2017). Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap  
Keputusan Pembelian Konsumen di Mom Milk Manahan Solo. Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The impact of product quality, price and  
distribution on purchasing decision on the Astra motor products in  
Jakarta. *Arthatama*, 1(1), 18-26.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga,  
promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan  
Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi,  
Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Widyasari, S., & Fifilia, E. T. (2009). Analisis pengaruh produk, harga, promosi

dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Telaah Manajemen*, 6(2), 249074.

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.

