

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler dan K. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2015.
- [2] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2012.
- [3] N. Faedah, "Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Lea Pada Showroom Lea di Samarinda," *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 237 - 249, 2016.
- [4] C. Wangarry, A. Tumbel dan M. Karuntu, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana," *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 4, pp. 2058 - 2067, September 2018.
- [5] Irawan dan D. B. S., *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2016.
- [6] M. Deisy, J. Lopian dan Y. Mandagie, "Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 4, pp. 2288 - 2297, September 2018.
- [7] B. Usman, "Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Multi Kharisma Palembang," *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, vol. 14, no. 3, pp. 38-54, 2017.
- [8] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2016.
- [9] B. Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [10] Sumarni, M.; Soeprihanto, J.; Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan), Yogyakarta: Liberty, 2016.
- [11] P. Kotler dan G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2014.
- [12] Setiadi, N.; *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada. Motif, Tujuan, dan Keingina Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2016.
- [13] A. Thamrin dan F. Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.
- [14] D. Salidin, *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis , Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*, Bandung: CV Linda Karya, 2015.
- [15] Tarigan, H. G., *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*, Bandung: Angkasa, 2015.

- [16] R. Heizer, *Manajemen Operasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- [17] M. Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010.
- [18] Zulaicha, S.; Irawati, R.; “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam,” *Inovbiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 127-136, 2016.
- [19] Indriyani, F.; “Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 1, p. 16, 2017.
- [20] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [21] Sujarweni, V. W.; *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2015.
- [22] A. Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- [23] T. Wijaya, *Step by Step Cepat Menguasai SPSS 19*, Yogyakarta: Cahaya Atma, 2011.
- [24] Situmorang, S.; Lutfi, M.; *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, Medan: USU Press, 2019.
- [25] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 23*, Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016.
- [26] Akdon, Riduwan; *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- [27] N. Arianto dan A. F. Albani, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, vol. 1 No. 3, no. ISSN 2599-171X, pp. 1-14, 2018.
- [28] A. J. Tunis dan S. Martina, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Thesecret Factory Outlet,” *Jurnal Pariwisata*, vol. III No.1, no. ISSN 2355-6587, pp. 60-72, 2016.
- [29] P. W. Rumundor, A. L. Tumbel dan I. W. Ogi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi dan Mie Toronata di Kawangkoan,” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 5 No. 2, no. ISSN 2303-1174, pp. 1102-1112, 2017.
- [30] S. Nurhayati, “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta,” *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, vol. IV No. 2, no. ISSN 2252-5483, pp. 60-69, 2017.

- [31] I. Hamidah dan R. I. Setiawan, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merek Hinda Tipe Vario (Studi Kasus Pada PT Mitra Pinasthika Mustika Tbk),” *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi*, vol. 1 No. 1, no. ISSN : 2407-2680, pp. 24-36, 2014.
- [32] P. K. dan G Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 13 penyunt., Jakarta: Erlangga, 2012.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL