

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Salusu, *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Grasindo, 2015.
- [2] B. Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [3] F. Fure, J. Lopian, and R. Taroreh, "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI J.CO MANADO," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 3, no. 1, p. 368, 2015, doi: 10.21831/jim.v1i1i2.11788.
- [4] R. F. A. Pasaribu, I. L. Sianipar, Y. F. Siagian, and V. Sartika, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan," *J. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 45–52, 2019.
- [5] A. N. Rumengan, H. N. Tawas, and R. S. Wenas, "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 684–694, 2015, doi: 10.35794/emba.v3i2.8696.
- [6] S. Devy and N. Anisa Br Sinulingga, "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Rotella Persada Mandiri," *J. Manag. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 2684–9747, 2018, [Online]. Available: <http://exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS>.
- [7] S. Sinambow and I. Trang, "Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zona Mega Mall Manado," *J. Emba*, vol. 3, no. 3, pp. 300–311, 2015.
- [8] F. C. Polla, L. Mananeke, and R. N. Taroreh, "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 4, pp. 3068–3077, 2018, doi: 10.35794/emba.v6i4.21224.
- [9] H. D. Kurniawan, "PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN JASA JNE JL. GLAGAH SARI NO. 62 YOGYAKARTA)," *J. Mater. Process. Technol.*, vol. 1, no. 4, p. 74, 2018, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.pwtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.pwtec.2016.12.055>
- [10] B. S. A. Sejati, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks," *J. Ilmu dan Ris. Manaj. ISSN 2461-0593*, vol. 5, no. 3, pp. 1–19, 2016.
- [11] M. S. P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- [12] D. Setiawan and M. Maskan, "Pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di toko semoga jaya kediri," *J. Apl. Bisnis*, pp. 62–67, 2017.
- [13] I. Agustina, R. Wirawan, and S. Irdiana, "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang," *Proceedings*, vol. 1, no. 1, pp. 360–371, 2018.
- [14] Y. S. Maulana, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

- Pabrik PT Sung Chang Indonesia Kota Banjar,” vol. 2, no. 2, pp. 211–221, 2018, doi: 10.31227/osf.io/sxw9h.
- [15] L. . Philip, K.; Kevin, *Marketing Management*. Pearson, 2012.
- [16] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016.
- [17] H. A. Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- [18] J. Muhammad, *Dasar Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Fisip Untirta Press, 2014.
- [19] G. Kotler, Philip; Armstrong, *Principles Of Marketing*. Pearson, 2014.
- [20] E. M. S. Sangadji, *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- [21] A. N. O. A. Ramayah, “A Lifestyle Study on Purchasing Behavior Of Malayasian Online,” 2014.
- [22] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- [23] N. H. Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- [24] D. J. Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [25] H. Malau, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [26] G. Tjiptono, Fandy; Chandra, *Pemasaran Strategi-Mengupas Pemasaran Strategi, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategy Kompetitif Hingga E-Marketing. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- [27] Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- [28] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [29] R. Edward, “Analisis Pengaruh Brand Image dan Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral,” 2017.
- [30] B. Heizer, Jay; Render, *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- [31] A. R. Kurniawan, *Dasar-Dasar Marketing Segala Hal Tentang Marketing dan Sales*. Yogyakarta: Quadrant, 2018.
- [32] F. Abdullah, Thamrin; Tantra, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- [33] A. Marwanto, *Marketing Sukses*. Bandung: KOBIS, 2015.
- [34] A. Payne, *Pemasaran Jasa; The Essence Of Service Marketing*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- [35] F. A. H. I. N. and R.Saputra, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Mandiri*, vol. III, 2019.
- [36] E. Rahayu, “Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran,” *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 1, no. February, pp. 7–12, 2018.
- [37] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- [38] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.