

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip - Prinsip Pemasaran 2*, Keduabelas ed. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [2] P. Kotler and K Keller, *Marketing Management*, 15th ed. London, Pearson Education Limited: Pearson Education Limited, 2016.
- [3] H.Suprihhadi M. Mauludhin, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Trisa Cosmetics Di Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. VII , No 10, Oktober 2018.
- [4] Altje.L.Tumbel P.W. Rumondor and Imelda.W.J.O, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan," vol. V , No 2, pp. 1102 - 1112, Juni 2017.
- [5] Tjiptono. F, *Strategi Pemasaran*, Keempat ed. Yogyakarta: Andi, 2015.
- [6] Danang. Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS ( Center for Academic Publishing Service), 2013.
- [7] A. Putra and Alamsyah, "Pengaruh Kemasan, Harga dan Promosi Teh Tong Tji Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Desa Cepogo Boyolali," 2020.
- [8] F.A. Hayati I. Noviyanti and R.Saputra, "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Mandiri*, vol. III, No 2, pp. 230-243, Desember 2019.
- [9] S. Widjaja H. Widjojo, *Sari-Sari Pemasaran*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing, 2017.
- [10] N Limakrisna and T P Purba, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- [11] D Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT. BUKU SERU, 2014.
- [12] Tjiptono. F and D. Anastasia, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset , 2016.
- [13] S. Ujang, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.

- [14] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [15] M. Dharmawati, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2016.
- [16] Harman Malau Ph.D, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [17] E M Shopia Sangadji, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: CV Andi Offset, 2013.
- [18] K.L. Keller P. Kotler, "*Manajemen Pemasaran I*", 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [19] S Danang, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Indonesia: PT Buku Seru, 2015.
- [20] Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Andi, 2012.
- [21] R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [22] Dr.Ir.H.Lutfie, S.E,M.M, H.Nur. Alifia, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki pad PT Soka Cipta Niaga," vol. II, No 2, p. 388, Agustus 2018.
- [23] I.L.Sianipar ,Y.F.Siagian R.F.A.Pasaribu and V.Sartika, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT Amerta Indah Otsuka Kota Medan," *Jurnal Manajemen*, vol. V, No 1, pp. 45-52, Januari-Juni 2019.
- [24] T.Se.Fung V.Virgo.Dinata and N.Sutisna, "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Minerales Pada Toko Retail Kota Tangerang," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. XVII , No 3, 2019.
- [25] Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus, Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT Buku Seru, 2014.
- [26] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Publisher, 2016.
- [27] I Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, 7th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.