

Daftar Pustaka

- [1] S. Romia and A. Ratnawati, "KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE MELALUI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS INTERAKSI LAYANAN WEB," *EKOBIS*, vol. 19, no. 1, p. 60, 2018.
- [2] H. Prasetyo, "PENGARUH MEREK PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG," p. 1, 2016.
- [3] N. Junaidi, "PENGARUH DIRECT SELING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR DIHOTEL FRAND ROCKY BUKITTINGGI," p. 5, 2017.
- [4] Z. Malik, *PENGARUH DIRECT MARKETING, SALES PROMOTION DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSA PEMBELIAN PRODUK CINCIN DI GERAI ROUNDPLY KOTA TEGAL*, p. 14, 2019.
- [5] D. D. Yusda, "PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOUSE OF SHOPAHOLIC DI BANDAR LAMPUNG," *TECHNOBIZ*, vol. 3, no. 3, p. 17, 2019.
- [6] P. D. Irawan, "PENGARUH STRATEGI PROMOSI TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH MINAT BELI PADA KONSUMEN MATAHARI DEPETERMEN STORE YOGYAKARTA," p. 3, 2014.
- [7] S. Melida, "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK BERBELANJA (STUDI PADA TOKO TAMAN BUNGA KOTAGEDE YOGYAKARTA)," p. 19, 2016.
- [8] D. D. Yusda , "PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HOUSE OF SHOPAHOLIC DI BANDAR LAMPUNG," *THECNOBIZ*, vol. 3, no. 3, p. 17, 2019.
- [9] R. Irawan, N. and R. B. S, "Pengaruh Promosi, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumanjang," *Jurnal Riset Manajemen*, vol. 2, no. 1, p. 1, 2019.
- [10] R. Irawan, N. and R. B. S, "Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang," *Jurnal Riset Manajemen*, vol. 2, no. 1, p. 121, 2019.
- [11] S. I. A. M.P., "Manajemen Pemasaran," vol. 01, p. 12, 2011.
- [12] S. B, "Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Priftable," p. 01, 2003.

- [13] S. Qurniadi, "ANALISIS PENGARUH BAURAN (PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT) PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK TUPPERWARE ARE BUSINESS LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM," vol. 01, no. 01, p. 30, 2019.
- [14] E. D. R. Putri, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI (Study Pada Konsumen Wardah Cosmetics Di Indonesia)," p. 21, 2018.
- [15] A. Rofiq and M. Hufrom, "Pengaruh kualitas produk ,harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di powernoise store," *Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi UNISMA*, p. 162, 2017.
- [16] N. Maharani, "PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK IPHONE DI BANDUNG," p. 65, 2017.
- [17] L. Mirayani, "Analisis penerapan strategi direct selling dan dampaknya terhadap volume penjualan pada PT KARYA PAK OLES TOKCER di desa bengkel tahun 2016," *Jurnal pendidikan ekonomi Undiksha*, vol. 10, no. 01, p. 127, 2016.
- [18] Z. Malik, "Pengaruh Direct Mrketing, Sales Promotion, dan Produc Quality terhadap keputusan pembelian produk cincin di gerai roundply di kota tegal," p. 69, 2019.
- [19] A. Kusnandri, M. Mansur and M. Hufron, "Pengaruh Direct Mrketing , Sales Promotion dan persepsi harga Terhadap Minat Beli Konsumen," *Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*.
- [20] Y. T. Atmajo, "MRNINGKATKAN VOLUME PENJUALAN TINTA merk K-INK MELALUI METODE "DIRECT SELLING" DI DAERAH WONOGIRI," p. 7, 2014.
- [21] A. Hermawan, *KomunikaSI Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- [22] D. I. Permana, "PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 02, no. 01, p. 118, 2017.
- [23] R. Satriawan, "PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA," p. 12, 2018.
- [24] R. Edward, "Analisis Pengaruh Brand Image & Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Air Mineral," 2017.
- [25] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- [26] P. Kotler, G. Armstrong, "Prinsip-Prinsip Manajemen", Edisi ke 13. Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2012.
- [27] Y. R. Fitriyanty, "PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA SORAYA SHOP PLAJU PALEMBANG," *Ptilaku Konsumen*, p. 131, 2018.

- [28] R. Rahmadani and F. Ananda, "ANALISIS PENGARUH HARGA TERHADAP," 2018.
- [29] Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, "Dimensi Strategi Harga," in *Strategi Pemasaran Edisi II*, Vols. 4, No.1, Yogyakarta, C.V ANDI OFFSET, 2012, p. 317.
- [30] P. Kotler, K. L. Keller, "manajemen Pemasaran I", Edisi 13, Jakarta: Erlangga, 2012.
- [31] Fandy Tjiptono, Ph.D., Gregorius Chandra, Pemasaran Strategik Edisi 3, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.
- [32] S. S. M. Drs. Danang Sunyoto, Strategi Pemasaran, Jakarta: CAPS, 2015.
- [33] A. R. Kurniawan, Dasar-Dasar Marketing, Yogyakarta: Quadrant, 2018.
- [34] Fandy Tjiptono, Ph.d , Anastasia Diana, in *Pemasaran*, Yogyakarta, C.V ANDI OFFSET, 2016, p. 222.
- [35] Aprillia Dewi Ratnasari, Harti, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya.," *jurnal mahasiswa.unesa*.
- [36] C. J. Gerung, J. Sepang and S. Loindong, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X - Trail Pada PT WAHANA WIRAWAN MANADO," *EMBA*, vol. 05, no. 02, p. 2227, 2017.
- [37] M. Nurani, "PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL WULING DI DEALERWULING BEKASI SUMMARECON," *STEI EKONOMI*, vol. 20, no. 1, p. 25, 2020.
- [38] L. Nugroho, "Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)," vol. 12, no. 1, p. 1, 2017.
- [39] E. G. Darwis, "PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA PADA PT. HADJI KALLA CABANG ALAUDDIN MAKASSAR," p. 79, 2017.
- [40] G. R. Afifi, "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NARAPIDANA LEMBAGA PEMASYARAKATAN KELAS 1 CIREBON (PAS MART)," vol. 8, no. 1, p. 1, 2020.
- [41] Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, cetakan ke-13, Bandung : Alfabeta, 2011.
- [42] L. Mirayani, "ANALISIS PENERAPAN STRATEGI DIRRECT SELLING DAN DAMPAKNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KARYA PAK OLES TOKCER DI DESA BENGKEL TAHUN 2016," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, vol. 10, no. 1, p. 128, 2018.

- [43] A. W. Suherman and C. Hongdiyanto, "PENGARUH PROMOSI, CITA RASA, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MILKMO," *Manajemn dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. 3, p. 2, 2020.
- [44] P. Tiofanny, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RICHEESE," 2019.
- [45] D. A. Harahap, "ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIPAJAK USU (PAJUS)," *Jurnal Kruangan Dan Bisnis*, p. 6, 2015.
- [46] D. S. S. SKM., M.KES and M. A. S. M.A, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cekatan: Literasi Media Publishing, 2015.
- [47] S. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D Cetakan ke 13, Bandung: Alfabeta, 2011.
- [48] S. Metode Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [49] Sugiono, *Metode penelitian & pengembangan (Research & Development)*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [50] G. I, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL