

## Daftar Pustaka

- [1] Ramadani, “Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone,” *IQTISHADequity*, vol. 1, no. 2, p. 39, 2019.
- [2] S. Nurhayati, “Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta,” *JBMA – Vol. IV, No. 2, Sept. 2017 ISSN 2252-5483*, vol. IV, no. 2, pp. 60–69, 2017.
- [3] A. Agunawan, M. Risal, and H. Usman, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE SAMSUNG PADA TOKO CENTRO PALOPO,” vol. 5, no. 1, pp. 25–31, 2019.
- [4] E. Cahyono, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian,” *Jbma*, vol. 5, no. 1, pp. 61–75, 2018.
- [5] Y. Laoli and S. Hasan, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang,” *J. Ris. Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 50–59, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/20>.
- [6] N. Arianto, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 2, p. 12, 2020, doi: 10.32493/jpkpk.v3i2.4075.
- [7] M. Anugrah and R. Haryati, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE DI COUNTER ZONAFONE PADANG THE,” *Handb. Med. Image Comput. Comput. Assist. Interv.*, vol. 8, no. 5, p. 55, 2020.
- [8] H. Nasution, C. Maksum, S. Pascasarjana, and U. Pancasila, “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian customer serta dampaknya pada kepuasan pelanggan (Studi kasus : Maskapai PT . Lion Air Jakarta),” *Ekobisman J. Ekon. Bisnis Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 175–191, 2017.

- [9] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, 1st ed. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- [10] E. M. Sangadji and Sopiha, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, 1st ed. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2013.
- [11] D. Hariadi and S. Martoatmodjo, "PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK PROJECTOR MICROVISION," *J. Ilmu Ris. Manaj.*, vol. 1, no. 8, pp. 1–21, 2012.
- [12] F. Tjiptono and A. Diana, *PEMASARAN : ESESNSI DAN APLIKASI*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016.
- [13] M. Astuti and N. Matondang, *MANAJEMEN PEMASARAN : UMKM dan Digital Sosial Media*, 1st ed. CV. BUDI UTAMA, 2020.
- [14] Sunarti and T. Chandra, "Analysis Of Effects Of Product, Price, Promotion, And Place On Purchasing Decision Of Vivo Smartphone In Pekanbaru," *J. Akunt. , kewirausahaan dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 1–16, 2019.
- [15] F. Tjiptono, Ph.D and G. Chandra, *PEMASARAN STRATEGIK*, 4th ed. Yogyakarta, 2020.
- [16] K. P and K. K, L, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [17] J. P. Cannon, W. D. Perreault Jr, and E. J. McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- [18] M. A. Firmansyah, *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*, 1st ed. CV. BUDI UTAMA, 2018.
- [19] V. Senggetang, S. L. Mandey, and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan*

*Akunt.*, vol. 7, no. 1, 2019, doi: 10.35794/emba.v7i1.22916.

- [20] F. Tjiptono and G. Chandra, *Pemasaran Strategik - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategiy, Custome Satisfaction, Strategi kompetitif hingga e-Marketing*, 3rd ed. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- [21] F. Tjiptono, *Pemasaran jasa*. Bayumedia, 2011.
- [22] H. Kartajaya, *Mark Plus Basic*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- [23] A. Mulyapradana, A. D. Anjarini, and H. Harnoto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 3, no. 1, pp. 26–38, 2020, doi: 10.36778/jesya.v3i1.115.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan-Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL