

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. (2021). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK MODERN (Studi Kasus Pada Konsumen Apotek Kimia Farma di Kota Jambi)*.
- Akbar, M. (2019). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Core.Ac.Uk*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/326797556.pdf>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (kesembilan). Alfabeth.
- Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Keduabelas). Alfabeta. <http://perpus.bandungkab.go.id/opac/detail-opac?id=6755>
- Andreti, J., Zhafira, N., & Akmal, S. (2013). The analysis of product, price, place, promotion and service quality on customers' buying decision of convenience store: A survey of young adult in Bekasi, West. *Academia.Edu*.
<https://www.academia.edu/download/54947076/ConvenienceStore.pdf>
- Annafik, A. F. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha. *Bisnis Intelejen*, 1–68.
- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA(Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*.

Bere, Y., & Susanto, E. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Titip Barang Branded.

Journal.Untar.Ac.Id. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/19315>

Brata, B., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudijournals.Com.* <https://doi.org/10.21276/sjbms>

Cooper, & Schindler. (2014). *Bussiners Research Method.*

Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).

Faddilah, D. E., Made, I., & Dwiarta, B. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KFC GAJAHMADA SIDOARJO. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 329–337.
<https://doi.org/10.36456/JSBR.V1I1.3001>

Ghozali, I. (2014). *Structrural equation modeling metode alternatif dengan PLS.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I., & Hengky, L. (2014). Partial Least Squares: Concepts, Methods and Application using WarpsPLS 4. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
<https://digilib.undip.ac.id/2012/10/05/partial-least-squares-konsep-metode-dan-aplikasi-menggunakan-program-warpls-20-untuk-penelitian-empiris/>
- Hair, J. F. J. et al. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Research in International Business and Finance* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hidayat, R. (2015). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TELKOM UNIVERSITY). *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 305–310.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/57>
- Hidayatullah, I. (2017). *Pemikiran Ibnu Khaldun tentang Mekanisme Pasar dan Penetapan Harga*. 1(1).
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan* (keempat). Graha Ilmu.
<https://doi.org/10.21107/nbs.v8i2.472>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Quadrant.
- Kertajaya, Hermawan, & Sula. (2006). *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principle Of Marketing. In *Diponegoro Journal Of Management* (17e Global, Issue 8). Pearson Education Limited.

- Koto, D. K. F. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan*.
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/1192>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares : Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS.5.0*. (ketiga). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muliasari, D. (2019). The effect of product price and product quality on purchasing decisions for Samsung brand handphoned among STIE AAS Surakarta Students. *Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id*, 3(4). <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/805>
- Muliasari, D. (2020). THE EFFECT OF PRODUCT PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR SAMSUNG BRAND HANDPHONES AMONG STIE AAS SURAKARTA STUDENTS. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 3.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Nurrohmah Isnaini. (2015). *ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH SEBELUM DAN SESUDAH MENERIMA PEMBIAYAAN MUSYARAKAH PADA KOPERASI JASA KEUANGAN SYARIAH BMT (STUDI KASUS: BMT BERINGHARJO YOGYAKARTA)*. Eprint.Uny.Ac.Id.
<https://eprints.uny.ac.id/17761/1/Skripsi.pdf>
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing. In *Economica* (14th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.2307/2548367>

Philip, K., & Gary, A. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Philip, K., & Kevin, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Benyamin & Molan (eds.); 13th ed.). PT Indeks.

<https://www.google.com/search?q=buku+kotler+%282009%29+terdapat+lima+proses+keputusan+pembelian+yang+dilalui+oleh+setiap+individu+dalam+melakukan+pembelian+yaitu+pengalanan+kebutuhan%2C+pencarian+informasi%2C+evaluasi+alternatif%2C+keputusan+pembelian%2C+>

Philip, K., & Kevin, L. K. (2014). Marketing Manajement. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (14th ed., Issue 1). Pearson Education.

Philip, K., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Philip, & Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Rajawali.

Philip Kotler, & Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Sabran Bob (ed.); 12th ed.). Erlangga.

Pranoto, B. (2008). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor. *Jurnal Ilmiah Faktor*, 1(2).

<http://repository.unsimar.ac.id/200/9/Daftar-Pustaka.pdf>

Rachman Arief, A. (2005). *Pengantar ilmu perhotelan & restoran / Abd. Rachman Arief / OPAC Perpustakaan Nasional RI.*

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=718759>

- Sabana, Y. (2015). PENGARUH KEMASAN, MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN RINSO (Study kasus pada warga di Desa Sukorejo. *Simki.Unpkediri.Ac.Id*.
http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/11.1.02.02.0303.pdf
- Selang. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.
Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Emba/Article/, 1, 73.
ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/
- Setyo, E. P. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN “BEST AUTOWORKS.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 07–31. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/404>
- Simamora. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Gramedia*.
http://repository.unmuhjember.ac.id/13103/8/DAFTAR_PUSTAKA_TOMI.pdf
- Siyoto, Sandu, & Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Issue 4). Literasi Media Publishing.
- Sofjan Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id/566/7/Daftar_Pustaka_watermark.pdf
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer behavior : buying, having, and being* (10th ed.). Prentice Hall.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014). Properties of AdeABC and AdeIJK efflux systems of *Acinetobacter baumannii* compared with those of the AcrAB-TolC system of *Escherichia coli*. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.
<https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta.

Tjiptono Fandy, & Chandra Gregorius. (2012). Pemasaran Strategik. In *Andi*.

<https://onesearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000000043287>

Viranti, F., & Ginanjar, A. (2015). Influence of Facilities, Promotion, Product and Location Islamic Banking on Decision Non Muslim Customers Patronizing at BRIS Case Study in BRI Syariah. *Digilib.Mercubuana.Ac.Id*, 1(1), 35–60.

http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_162134254222.pdf

Widyasari, I., & Maskan, M. (2018). Pengaruh Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lay'S (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi D-Iv Manajemen Pemasaran Jurusan. *Jab.Polinema.Ac.Id*.

<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/95>

Wulandari, R., & Iskandar, D. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Core.Ac.Uk*.

<https://core.ac.uk/download/pdf/235155620.pdf>

Yamit Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa*. Ekonisia.

Zeithaml, V. . A. (2018). *Service Quality Dimensions . Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). MC Graw Hil Education.

<https://doi.org/10.1016/j.oooo.2017.11.003>