

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman., Nana Herdiana., dan Achamd Sanusi. (2015).Manajemen StrategiPemasaran, Bandung. CV Pustaka Setia.
- Buchory, dan Saladin, Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya.
- Freddy, Rangkuti (2017).Customer Care Excellence Meningkatkan KinerjaPerusahaan melalui Pelayanan Prima. Jakarta. PT. Gramedia
- PustakaUtama Ghozali, Imam. 2016.Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS23.Semarang: Undip.
- Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Bandung: Satu Nusa.
- Ghazali, Miswar. (2010). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Kesempatan Kerja Sektor Industri Manufaktur Di Indonesia Periode 1995-2007. Skripsi, Makasar : Program Sarjana Universitas Hasanudin, (dipublikasikan).
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). Metodologi Penelitian: Kuantitatif,Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2015). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 15 Edition: Global Edition. England: Pearson Education Limited.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV.Andi Offset.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing*.Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Siregar. S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama Cetakan ke 4*.Jakarta: Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2014).*Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.Bandung:PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung :Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta. ISBN: 978-602-289-373-8.
- Suryanto, M. H. (2017). *Metode Riset & Analisis Saluran Distribusi: Model dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan Saluran Distribusi*. Jakarta : PT.Grasindo.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Swastha. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Utami, Christina. (2012). *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*”. Jakarta, Salemba Empat.

- Aji, Kresna Permada. (2018). Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Greens Production. Manajemen Bisnis Teknologi dan Informatika (MBTI). Universitas Telkom. Bandung.
- Fuji, E. Nurlaela. (2017). Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Merek Zoya Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas BSI serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty. Manajemen Administrasi. Akademi sekretaris dan Manajemen BSI Jakarta. ISBN: 978-602-61268-4-9.
- Hardianti, Y dan Martini, E. (2016). Analisis Strategi 4P (Product, Price, Place, Promotion) dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) PT. Cipta Master Perkasa. Universitas Telkom : Bandung ISSN : 2355-9357. e-Procending of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016.
- Abdul, Latief. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). Universitas Samudra ISSN : 2615-1316. Jurnal Manajemen dan Keuangan : Vol.7, No.1 Mei 2018.
- Asamoah, ES., M. Chovancová. (2011). The Influence Of Price Endings On Consumer Behavior: An Application Of The Psychology Of Perception. The Journal Of Acta Universitatis Argicultureae Et Silvicultureae Mendelianae Brunensis, Vol. LIX, No. 7, 29-38. Agustus 2011.
- Basir, M., Modding, B., Kamase, J., Hasan, S., (2015). Effect of Service Quality, Orientation Services and Pricing on Loyalty and Customer Satisfaction in Marine Transportation Services. Int. J. Humanit. Soc. Sci. Invent. Vol. 4, 01– 06. September 2015.
- Bonaventure Efrin Antyadika. (2012). “Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang). Universitas Diponegoro : Semarang ISSN: 2339-1689. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen. Vol. 3, No.2, April 2012.
- Farida & Saidah. (2017). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kesadaran Merek dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkom Flexi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

- Diponegoro Semarang). Universitas Diponegoro : Semarang ISSN: 2339-1689. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 16, No.3, April 2017.
- Hasrullah. (2012). “Eksistensi Usaha Kafe di Kota Makassar”. Universitas Hasanuddin : Makassar ISSN: 5110-5017. Jurnal Ilmu Administrasi FISIP. Vol 5, No 4, Juni 2012.
- Hadi, Baruna, et al .(2017). “*The Influence of Quality Product, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nichi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*”. *Mercu Buana University : Jakarta* ISSN: 2415-6663. *Journal of Business and Management Studies*. Vol-2, Iss 4B, April 2017.
- Hufron & Rofiq. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Powernoise Store, Studi kasus pada Konsumen Powernoise Store Malang. Universitas Islam 45 : Bekasi. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen. Vol. 07, No. 02. Februari 2018.
- Kurniawan, dan Astuti. 2016. Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga & Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Kedai Amarta Semarang). Universitas Diponegoro : Semarang ISSN 282-289. Vol: 1, No: 1, Februari 2016.
- Mikell. (2010). *Fundamentals of Modern Manufacturing: Materials, Process, and Systems 4th Edition*. London: John Wiley Sons, Inc.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*, McGraw-Hill International Edition.
- Nurrahman, & Herdiana. (2016). “Analisis Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. ISSN : 2086-9436. Jurnal Duta.com. Vol. 5 No. 1, Januari 2016.
- Owusu. (2013). Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. ISSN 2222-2839. *European Journal of Business and Management*, Vol.5, No.1, March 2013.

- Peter, Zamhari, Miranda. (2018). “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Kentucky Fried Chicken (Kfc)* Cabang *Bangka Trade Center* Pangkal pinang”. ISSN: 2333 – 3494. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*. Vol. 26 No. 2, April 2018.
- Polla, Lisbeth, & Taroreh. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. Vol 6, No 4, September 2018.
- Puspitasari, Abdillah, Yusri, Darmawan, Ari. (2017). “Analisis Peran Pendapatan Masyarakat dalam Perspektif Bisnis Pariwisata untuk Pengembangan Infrastruktur Pariwisata (Studi pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo. Kabupaten Malang)”. ISSN : 2056-2436. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 43 No.1, Februari 2017.
- Putri, Ferdinand. (2015). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Kemasan”. ISSN : 2086-9436. *Jurnal Duta.com*. Vol. 8 No. 1, Agustus 2015.
- Rares, dan Jopie Jorie. (2015). “*The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Square.*”. ISSN: 2303-1174. *Jurnal Ilmiah Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 2, No.3, September 2014.
- Rizky Iryanita. (2013). “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan. ISSN: 2339-1689. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen*. Vol. 2, No.2, April 2013.
- Riyono. (2016). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”. ISSN: 2252-826. *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 8, No. 2, Juni 2016.
- Sholihat. (2018). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk T-Shirt Architect Di Bandung. *JOM FISIF*. Vol. 5, No.1, Juni 2018.

- Saputro. (2015). “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol.7, No.1, Oktober 2015.
- Wachyudi N. (2017). “Analisis Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk Dan Promosi Dalam Proses Pembentukan Keputusan Pembelian: Sebuah Studi Kasus Tentang Pemasaran Air Mineral Dalam Kemasan Di Kota Bekasi”. ISSN: 2338 – 4794. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana. Vol. 5 No. 3. November 2017.
- Walukow, Mananeke, & Sepang, (2014). “*The Effect Of Product, Price, Promotion And Location On Consumer Purchasing Decisions In Center Sonder Minahasa.*”. ISSN: 2303-1174. Jurnal Ilmiah Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 2, No.3, September 2014.
- Zamhari & Miranda. (2015). “The Influence Of Brand Image And Promotional Mix On Consumer Buying Decision- A Study Of Beverage Consumers In Lagos State, Nigeria”. ISSN 2053-4043. British Journal of Marketing Studies. Vol.3, No.4, September 2015.