

## DAFTAR PUSTKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Cetakan I*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah, T. a. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam meningkatkan penjualan (studi kasus pada UD Ratna Cake & Cookies) . <https://repository.stiem-bongaya.ac.id/> (diakses 5 Desember 2022)
- Budhi, A. I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Showroom Maxim House Grand City Mall Surabaya) . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 4 No 12*.
- Basu Swasata & T. Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku* . Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada .
- Bonardo. (2013). *Cemen Manufacturing Process*. Jakarta : Holchim Indonesia
- Collier. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Ekonisia
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Cetakan II*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Fairuz, A. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom UD. Hikmah Motor Group Malang). <https://digilib.unismuh.ac.id/> (diakses 5 Desember 2022)
- Gede Wisnu Saputra & I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Vol.9 No. 7*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Inne. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian The Pucuk Harum pada Mahasiswa UN PGRI Kediri. <http://simki.unpkediri.ac.id/detail/13.1.02.02.0322> (diakses 5 Desember 2022)
- Intan, L. K. (2019). Pengaruh kualitas produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. <https://digilib.uinsa.ac.id/>. (diakses 5 Desember 2022)
- Kotler, (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. d. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. a. &. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 42.
- Krisna, F. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab yang diproduksi oleh PT. Hijab Alila. *Jurnal Comparative : Ekonomi dan Bisnis*.
- Laksono, R. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Vans . <https://repository.usd.ac.id/38077/> (diakses 6 Desember 2022)
- Liniga, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed (Studi Kasus : PT. Duta Abadi Primantara di Metro Gandaria City). <http://repo.usni.ac.id/> (diakses 6 Desember 2022)
- Lopiyonadi Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lovelock C dan John Wirtz. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Perspektif Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Maria, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sika pada PT. Adya Mandala Persada. <http://repositori.ukdc.ac.id/1077/> (diakses 13 Desember 2022)
- Mawarni, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan pada RSUD dr. R. Soetrasno. Semarang: <http://repository.unimus.ac.id/#> (diakses 5 Desember 2022).
- Muchlisin, M. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis UMSU). <http://repository.umsu.ac.id/> (diakses 13 Desember 2022).
- Rahmawati, D. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Mc. Donald . <http://repository.unimus.ac.id/#> (diakses 5 Desember 2022)

- Rosmitha, S. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam . <http://repository.radenintan.ac.id/> (diakses 13 Desember 2022)
- Sodikin. (2015). *Akuntansi Manajemen. Edisi Kelima*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujerweni. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru
- Suntoyo, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutrisno, Edy (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana
- Tjiptono. (2012). Pengaruh Green Marketing dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian . <http://repository.umy.ac.id/> (diakses 29 Januari 2023).
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Promosi, Iklan, Medsos, Kompetitif, Market Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Utami, M. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen CV. Ospinachi Arlos Gemilang Makassar. <https://digilib.unismuh.ac.id/> (diakses 5 Desember 2022).
- Wyckoff, O. &. (2013). *Manajemen of Service Operations* . Boston : Allyn and Bacon
- Zulva, N. K. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada konsumen smartphone merek VIVO di Magelang). <http://eprintslib.umngl.ac.id/>, (diakses 28 Januari 2023)