

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarwati, A. L. (2017), Pengaruh Kualitas Produk Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Kemasan Pet 450 Ml (Studi Pada Pengunjung Minimarket Di Surabaya Selatan), *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, Vol. 5, No. 4, 1–11.
- Gibson et al, 2000. Organisasi. Jilid 1 dan 2. Ahli bahasa Agus Dharma, Erlangga : Jakarta.009. Kajian Ekonomi Usaha Penangkaran Benih Padi Unggul. Lampung.
- Harahap, S dan Tjahjono, B. 2003. Pengendalian Hama Terpadu. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kotler, Philip dan G.Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid satu dan dua. Jakarta: Erlangga.
- Robbins , Stephen P. & Mary Coulter. (2010). Manajemen. Jilid 2 Edisi ke10. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.
- Thoha, Miftah. 2012. Perilaku Organisasi; Konsep Dasar Dan Aplikasinya. : Rajawali Pers.
- Rutoto, sabar.2007. pengantar metodologi penelitian, FKIP: Universitas Muria Kudus.
- Nur, Indriantoro.2001. Metodologi Penelitian Bisnis.Yogyakarta:BPFE
- Ubaedillah, A. (2014). analisis pemasaran benih padi sawah (oryza sativa l.) varietas ciherang (Suatu Kasus di Desa Sindangasih Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh*.
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta:Penerbit Andi Ofset.
- Uma, Sekaran.2011. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi.
- Swastha, B, dan T. Handoko. 2008. Manajemen pemasaran, Analisa perilaku konsumen. Edisi pertama. Cetakan keempa. BPFE. Yogyakarta.

Romal, artika (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merk terhadap keputusan pembelian honda beat. Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (STIESIA) Surabaya, 5 (7), 1-15.

Anwar, iful (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (STIESIA) Surabaya, 4 (12), 1-15.

Lupiyoadi, R. 2011. Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik. Penerbit salemba empat.

Fure, H. 2013. Lokasi, keberagaman produk dan harga kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca, fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen universitas sam ratulangi, manado.