

## Daftar Pustaka

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ilmu Manajemen*, 1(2).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Product, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of PT Telekomunikasi Selular). *International Seminar & Conference on Learning Organization*, 6(6), 294–309.
- Ekasari, N. (2014). PENGARUH PROMOSI BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAN JASA PEMBIAYAAN KENDARAAN PADA PT. BFI FINANCE JAMBI. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi*, 16(2), 81–102. <https://doi.org/10.1159/000010048>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Garib, W. Bin, Lopian, J., & Mananeke, L. (2019). Pengaruh Bauran Promosi , Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT . HASJRAT ABADI SENTRAL YAMAHA MALALAYANG. 7(1), 901–910.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- I.heryanto. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. [https://doi.org/2443-2121Heryanto, I. \(2015\). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship](https://doi.org/2443-2121Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship),

9(2), 80–101. <http://doi.org/2443-2121>

Kodu, S. (2012). *HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA*. 1(3), 1251–1259.

Kotler, & Keller. (2012). *manajemen pemasaran* (12th ed.). Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. (2012a). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. (2012b). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (pertama).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga, Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Macaman Jaya Cemerlang, Jakarta.

LUBIS, A. A. (2015). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN*. 16(02), 1–11.

Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Mandey, S., & Wangean, R. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1715–1725.

Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincao station grand city, surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1–11. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/668>

Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VARIASI AUDIO MOBIL DI SUBUR AUDIO WORKSHOP PURWOKERTO. *Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 287–295. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758>

Rares, A. (2015). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO BENGKEL GAOEL MANADO TOWN SQUARE*. 15(2011), 1506–1513. <https://doi.org/10.6023/cjoc201501040>

Riwidikdo, H. (2012). *Statistik Kesehatan*. Mitra Cendikia Press, Yogyakarta.

- Sekaran, U. (2009). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. salemba empat, jakarta.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). *Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado*. 3(3), 300–311.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet, Bandung.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 1(1), 68–82. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i1.16>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.).
- Ummu Habibah, S. (2002). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship*, 1(1), 31–48.
- [www.ums.ac.id](http://www.ums.ac.id), 18 April 2020
- Zamroni, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–16. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/Afif Zamroni \(11-15-16-10-31-46\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/Afif%20Zamroni%20(11-15-16-10-31-46).pdf)