

## DAFTAR PUSTAKA

- (Ferdinand. (2017). ((*Ferdinand, 2017, h.25*). *Bila seseorang peneliti ingin menguji pandangan apakah strategi pemasaran telah dijalankan dengan efektif, maka ia harus mendefinisikan strat*). *Bila seseorang peneliti ingin menguji pandangan apakah strategi pemasaran telah dijal*. Djakarta.
- Abubakar. (2015). *Abubakar (2015) yang berjudul "Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Jamu di Banda Aceh"*. danik herawati.  
[https://www.academia.edu/33259275/Tugas\\_Perilaku\\_Konsumen\\_ANALISIS\\_FAKTOR\\_FAKTOR\\_YANG\\_MEMPENGARUHI\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_DALAM\\_KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_MOBIL\\_PRIBADI](https://www.academia.edu/33259275/Tugas_Perilaku_Konsumen_ANALISIS_FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_PERILAKU_KONSUMEN_DALAM_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_MOBIL_PRIBADI)
- alma. (2014). *Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program),guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi*. alfabeta.
- Amalia, M. ., DWP, S., & Santoso, B. T. . (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. *Baej, 1(2)*, 170–180.
- Anggipora. (2018). *menyatakan bahwa kualitas produk, lokasi , harga dan promosi berpengaruh tergadap keputusan pembelian*. marius.
- Astutik, M., Rusimanto, P. W., & Teknik. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Multimedia Interaktif Berbantuan Software Lectora Inspire Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Teknik Listrik Di Smk Negeri 2 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro, 5(1)*, 107–114.
- Azwar. (2013). *Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik – karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati* (AD Kristia).  
<http://repository.unika.ac.id/13142/4/12.40.0034> Andreas Diaz Kristiananda BAB III.pdf
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., Kalangi, J. A. F., Ilmu, J., Bisnis, A., & Studi, P. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis, 8(2)*.
- Bonggo Hastian Indra Pramana. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO MEBEL BU KINTO WONOGIRI. *UMS Library*.
- Catur, H. (2012). *Analisis pengaruh Marketing Mix TerhadapPenjualan Keramik Pada Industri Keramik Kasongan Di Kabupaten Bantul Yogyakarta*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Jurnal Ekonomi Bisnis.
- Diniaty, D. (2016). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan Di Padang Kabupaten Sawahlunto Sijunjung. *Jurnal Sains Teknologi Dan Industri, 184*.
- Fandy, & Anastasia, T. dan. (2016). *Pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan*. Chartered Institute of Marketing.
- Ferdinand. (2016). *Ferdinand (2016 : 48) menyarankan pedoman ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten, jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 23*. universitas udayana.  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/a6d5e15d1bb9324b08b0a2540608f600.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/a6d5e15d1bb9324b08b0a2540608f600.pdf)
- Ghazali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.



- Muhammad Aris, A. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Lincoln Arsyad*, 3(2), 1–46.  
<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127>
- Nissa Budiarto, D. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan , Store Atmosphere Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7, 1–15.
- Priyanto, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Andi Offset.
- Rachman, N. S. (2018). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Mebel Pada UD. Chaya Kandilo di Kabupaten Paser. *EJournal Administrasi Bisnis*, 64.
- Subagyo, D. dan H. (2018). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk, lokasi , harga dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA PERUSAHAAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DI KOTA. *Jimek*, Vol 1, No. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/310>
- Sugiyono. (2011). *Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian*. Jakarta. [doc.pub/a-pengertian-hipotesis-penelitian.html](http://doc.pub/a-pengertian-hipotesis-penelitian.html)
- Sugiyono. (2015a). *Menurut Sugiyono (2015) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data*. Fransisca Anita Carolina. <http://repository.unika.ac.id/14719/4/12.60.0192> Fransisca Anita Carolina BAB III.pdf
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *No Title Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono 2017:126*. [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/28512/G. BAB III.pdf?sequence=7&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/28512/G.BAB%20III.pdf?sequence=7&isAllowed=y)
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tandjung. (2014). *jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal*". Jakarta. <https://docplayer.info/210293927-Pengaruh-kualitas-layanan-kepuasan-pelanggan-dan-harga-terhadap-loyalitas-pelanggan-kartu-prabayar-telkomsel.html>
- Tjiptono, Fandy, 2015. (2015). *Manajemen Jasa*, Edisi Ketiga, Andi Offset, Yogyakarta. *Manajemen Jasa*.
- Tjiptono. (2016). *Tujuan dari perusahaan melakukan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran*". *ejurnal*. <https://www.google.com/search?q=tjiptono+tujuan+promosi+menurut&dq=Tjiptono%2C++tujuan+pr&aq=chrome.1.69i57j33i22i29i30.30469j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Wijayanti. (2018). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pembersih Wajah Ovale*". Aceh. <https://docplayer.info/159735428-Pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-promosi-terhadap-keputusan-konsumen-transportasi-online-di-kota-makassar-skripsi-ade-aviska-arfandi-nim.html>
- winardi. (2012). *Elastisitas harga dari suatu produk juga akan mempengaruhi permintaan dan penjualan*. MANAJEMEN 12 at Terbuka University. <https://www.coursehero.com/file/p109bpjm/Menurut->

winardi-dalam-Deka-I-Djakarta-2012-28-harga-dapat-diukur-melalui-a/  
Yang, A. F. (n.d.). *Analisis Faktor Yang ..... (Suharman) 259. 259–280.*

