

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2018). *Principle of Marketing 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Dharmawati, M. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Dewi, F., Rahayu, L., & Safitri, U. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 14–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Fatimah, F. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sebuah Ritel Di Desa Balung Lor Balung-Jember. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper*, 15(2), 1–23.
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gina Fathiyakan, M. P. &. (2017). Analisis Sikap Dan Kepuasan Petani Dalam Menggunakan Benih Padi Varietas Lokal Pandanwangi (Studi Kasus di Desa Bunikasih dan Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang). *Agrosience (Agsci)*, 7(2), 290.
- Hafid, A. (2022). *Pengaruh Cita Rasa , Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makassar*. 1(2), 1–9.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Indrawati, P. D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kanuk, L. S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Keller, P. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Manajeme. Pearson Education International, Pearson Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And

- Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manoy, T. I., & Mananeke, L. (2021). the Influence of Product Quality and Service Quality Toward Purchase Decisions At Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: laksBang Pressindo.
- Pramudita, R. A., & Antika, R. W. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 290. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.939>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2021). Pengaruh Kemasan & Harga Terhadap Keputusan Pembelianminumancoffeedicafecyclo Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 185–193.
- Rosad, S. &. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Sahir, S. H. (2020). *Kreasi Bersama Medan Oleh : The Influence Of Promotion And Quality Of Products Against Product Purchase Decision On Cv Multi Kreasi Pendahuluan Assauri menyatakan bahwa kualitas produk merupakan yang terdaapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabka*. 10(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, Vol.26(2), 146–154.
- Sahir, S. H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv Multi Kreasi Bersama Medan. *Jurnal Creative Agung*, VOLUME 10 NO 2 Oktober 2020], ISSN : 2715 – 5366
- Sofiah, S. &. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

- Sudaryono, G. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, Vol.26(2), 146–154.
- Tantri, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali PERS.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Untarini. (2014). *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Unesa University Press.

