

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2011). *Manajemen pemasaran*.
- Anggoro, M. (2018). The Effect Of Service Quality And Product Quality On Consumer Purchasing Decision Of Ready Mix Concrete at PT Duta Beton Sejati Medan, 3(April 2018), 52–62.
- Anim. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI (STUDI KASUS PADA START UP COFFEE RENON DENPASAR), 5(1), 99–108.
- Bachriansyah. (2011). “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Daya Tarik Iklan , dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang) “.
- Farida. (2014). Jurnal Dinamika Manajemen, 5(2), 200–208.
- Ghanimata. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.
- Gofur. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, 4(1), 37–44.
- Handoko. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan, 18(1), 61–72.
- Hapsoro, B. B. (2018). The Influence Of Product Quality, Brand Image On Purchasing Decision Through Brand Trust As Mediating Variable, 7(4).
- Helmi. (2015). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.
- Hidayat. (2015). The Influence Of Product Quality, Price, Store Atmosphere, and Promotion Effectiveness On Consumer Purchase Decision Of Flinders Lane Espresso Manado, 15(05), 87–98.
- Ibrahim. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, 4(1), 175–182.

- Kodu. (2012). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza, *1*(3), 1251–1259.
- Kolopita. (2015). Analysis Of Product Attribute and Pricing Of Interest Buy a Car Suzuki Ertiga In The City Of Manado, *3*(2), 12–24.
- Kotler & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Indeks, 2008*, 19–63.
- Lesmana. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT . RADEKATAMA PIRANTI NUSA, *2*(2), 115–129.
- Lestari. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI, *54*(1), 74–81.
- Rivai. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas , Citra Merek , Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi, 29–37.
- Saidani. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market, *3*(1), 1–22.
- Soediono. (2016). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian kembali smartphone, *18*(1), 109–112.
- Sulistiyari. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli.
- Sunarto. (2006). perilaku konsumen. (*Yogyakarta:AMUS Yogyakarta, 2006*), 16–38.
- Wardhani. (2016). Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada repurchase itention, *02*(02).
- Weenas. (n.d.). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *1*(4), 607–618.