

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Melita Yesi. 2016. Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, vol. 16 no. 3
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I., (1988) *Attitudes, Personality, and Behavior*, Dorsey Press: Chicago.
- Aloysia dan Yuliana. 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Audit Delay diIndonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.16, No.2, h. 135-146.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior*. Edisi keenam. New York: Thomson Learning.
- Azwar, Saifuddin, 1998, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beneke, J., Flynn, R., Greig, T., & Mukaiwa, M. (2013). "The Influence of Perceived Product Quality, Relative Price and Risk on Customer Value and Willingness to Buy: A Study of Private Label Merchandise". *Journal of Product and Brand Management*, 22(3), 218–228. <https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2013-0262>
- Corsini, Raymond J. (2002). *Dictionary of Psychology*. Great Britain: Brunner-Routledge.
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Dhaneswara, Vani Anindya. 2019. Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee terhadap Keputusan Belanja online pada Masyarakat (sStudi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. Bandar Lampung. Universitas Lampung.
- El-Gohary, H. 2010. E-Marketing—A Literature Review from a Small Businesses Perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 1, No. 1.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Kodu, S. (2012). "Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza", *I(3)*, 1251–1259.
- Kotler dan Keller, (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran I* (11th ed.). Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (4th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (4th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid ke-1. Jakarta: Erlangga.
- Lee, J. G., & Park, J. (2014). "The Effects of Endorsement Strength and Celebrity-Product Match

on the Evaluation of a Sports-related Product: The Role of Product Involvement". *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 16(1), 50–69. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-16-01-2014-B005>

- Liang, T & Lai, H. (2000). Electronic Store Design and Consumer Choice: An Empirical Study. Proceedings of The 33rd Hawaii International Conference on System Science.
- Lin, Yu, Liang, B., & Zhu, X. (2017). "The Effect of Inventory Performance on Product Quality : The mediating". *International Journal of Quality & Reliability Management*. 35(10), 1-41
- Morissan, 2015. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurmasarie, Rachma (2013). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Perseorangan terhadap Keputusan Belanja tidak Terencana*. Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- Prawirosentono, suyadi. 2004. Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu, Jakarta: Rineka Cipta.
- Puspita, S. D., Fitriani, A., & Taslim. (2014). "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt (Survey pada Konsumen Yoghurt Youjell PT . Insan Muda Berdikari)". 1-10
- Santoso, I. (2016). "Peran Kualitas Produk dan Layanan , Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen". *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109.
- Santoso, Yuli. 2016. "Pengaruh Ukuran, Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur di sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2010 – 2014)". Skripsi. Jakarta: Program Sarjana Universitas Esa unggul.
- Schiffman & Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Warayuanty, Wike. 2015. The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia. Vol.7, No.8.
- Wulan Nabila Ardin. 2020. Pengaruh Flash Sale dan Tagline "Gratis Ongkir" Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Zolfagharian, M., Weisstein, F. L., & Firat, A. F. (2017). "Price: Meanings and Significance". *Review of Marketing Research*. 14, 161–174. <https://doi.org/10.1108/S1548-643520170000014011>