

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Akbar, M. F. (2019). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop. *Jurnal Ad'ministrare*, 6(2), 237-248.
- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Cooper & Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua. cetakan keenam. Yogyakarta: BPFE
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 13-22.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, F. (2021). Influence of product quality, price, and promotion on purchase decision of Philips Products. *Jurnal Ekonomi LLDIKTI Wilayah I (JUKET)*, 1(1), 26-36.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Irfan, S., Halik, A., & Panjaitan, F. A. B. K. (2022). Analysis of the Influence of Product Quality and Price Perceptions on the Purchase Decision of Orthopedic Implant Products (Kangli) Through Consumer Trust as Intervening Variabels in Pt. *Java Almeda Mandiri in Surabaya*, 6(1), 27-34.

- Išoraitė, M. (2016). Marketing mix theoretical aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(6), 25-37.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 12, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Phillip. Keller (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip. Armstrong, Gary. 2019. *Principles of Marketing*. Eighteenth Edition. Pearson Education Limited
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- McCarthy, J. E. (1968). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. Homewood, IL: Irwin.
- Monica, S. W., Soebandhi, S., & Wulandari, A. (2020). The Influence of Brand Images, Social Media Marketing, Prices and Reference Groups Towards Buying Decision In Swiwings Narotama Outlet Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(3), 230-236.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pruskus, V. (2015). Political Marketing in the Context of Communication: the Concept, Functions and Tools. Santalka: *Filosofija, Komunikacija*, 23(2), 149.
- Reksoprayitno, Soediyono 2000. *Ekonomi Makro, Analisis IS-LM dan Permintaan Penawaran Agresif*. Yogyakarta: BPFE
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sanjayati, K., & Robin, R. (2022). The Effect of Pricing and Product Quality on Purchase Decisions on PT. Gunung Sentosa Sumatera Utama Industri. *Jurnal Mantik*, 5(4), 2171-2176.
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV