

## DAFTAR PUSTAKA

- Admadanu, F. (2017). Analisa pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Simki-Economic*, 1(8).
- Akdon., & Ridwan. (2005). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cooper, D. R. & Emory C. W. (1996). *Metode Penelitian Bisnis, Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Dipayanti, Kris. (2018). Pengaruh promosi penjualan dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Engel., Blackwell., & Miniard. (2012). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. *Journal University Diponegoro Semarang*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 & 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 & 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L., (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Ngatno (2015a). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Semarang: Lembaga dan Penjaminan Mutu Pendidikan Unversitas Diponegoro.
- Ngatno (2015b). *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi dalam Riset Bisnis dengan Program SPSS*. Yogyakarta: CV Farisma Indonesia
- Periyadi, dkk. (2020). Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Olhe Minat Beli Kain Sasirangna Bordir. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol.4*.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (2006). *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip*, Jakarta: PT. Indeks.
- Sudarmiatin. (2009). Model Perilaku Konsumen dalam Perspektif Teori dan Empiris pada Jasa Pariwisata
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Swastha, B., & Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran, Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). Pengaruh lokasi, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Plans*.
- Wijaya, A. (2017). Nielsen: penjualan turun akibat daya beli lemah, bukan tren online. Diunduh dari: [katadata.co.id/Berita/2017/11/03/Nielsen-Penjualan-Turun-Akibat-Daya-Beli-Lemah-Bukan-Tren-Online](http://katadata.co.id/Berita/2017/11/03/Nielsen-Penjualan-Turun-Akibat-Daya-Beli-Lemah-Bukan-Tren-Online).
- Yusup, M (2011). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk, dan layanan purna terhadap keputusan pembelian. Skripsi. Universitas Diponegoro