

DAFTAR PUSTAKA

- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Volume. 15, 1– 13.
- Arif Rahman. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business* (1st ed.). Penerbit Agromedia Pustaka.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembilan, Alfabeth, Bandung.
- Idrus, Muhammad. 2010. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : Erlangga.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3), 112–122.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, (2012). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 dan 2 dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2012), *Principles of Marketing*, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- M Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Jakarta, Kencana, 2013
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Permata Sari, Desi. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature

Review Manajemen Pemasaran)". *Jurnal Ilmu Manajemen, Terapan* 2(4):524-33. Doi. 10.31933/jimt.v2i4.463.

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga,2013), 214

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga belas Jilid Dua*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 76-77

Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsi-prinsip Pemasaran* (12th ed.; B. Sabaran, ed.). Jakarta: erlangga.

Rumengan, Jemmy, 2013, *Metodologi Penelitian*, Bandung: Cipta Pustaka Media Perintis.

Sari, R., & Prihartono, P. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5 (3), 1171-1184.

Schiffman, L.G. dan Kanuk. 2012. *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, (Yogyakarta : Gajah Mada Uneversity Press, 1997), 2.

Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, hal. 57

Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2013. hlm 160

Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI