

## DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Asaloei, E. K. S. S. S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34. Business in Indonesia. Gadjah Mada International Journal of Business vol. 6, No. 2, pp. 171-192.
- Dutka. Alan. 1994. *AMA Hand Book for Customers Satisfaction*. NTC BussinessBook. Lincolnwood. Illinois.
- Efdison, Z., Lova, A. N., Yelnim, Y., Yadewani, D., & Harahap, E. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Nur. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1293-1304.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7, 227-242.
- Hasan. Ali. 2008. *Marketing*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Buku Kita
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1-8.
- Kotler, Philip. 1997. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler. Philip dan Armstrong. Gary. 2002. *Principles of Marketing*. New Jerrsey : Prentice Hall. Inch. Ninth Edition. Englewood.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis*, hlm. 27.
- Liantifa, M., & Reski, A. (2021). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Basah "Masiko" Kota Sungai Penuh. *Kolektivita*, 61-73.
- Lovelock. C. H. 1996. *Service Marketing. Second Edition*. New Jerrsey : Prantice

Hall Inc.

Malhotra. 2012. *Marketing Research: An Applied Orientation (5th edition)*.

UpperSaddleRiver: NJ: Prentice Hall.

Martini. Tina. 2015. Pagaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Scutermatic. *Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 1, Februari 2015*.

Merpaung dan Mekaniwati. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol.8, No.1, Tahun 2020, ISSN: 2337-7860

Nurul Indarti. 2004. *Business Location and Success: The Case of Internet Café*

Oktavenia, K. A., & Ardani, I. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 8, 1374-1400.

Pradana Dedhy, Hudayah Syarifah, Rahmawati. 2017. *Pengaruh harga kualitas produk dancitra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor*. Vol 14, pp. 16-23

Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1-11.

Sari. Khilmi. Novita. Pengaruh Program Corporate Social Responcibility, Perceived Quality dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Konsumen Teh Javana di Kelurahan Palebon Kota Semarang).

Satria, Edia. 2021. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pdam Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh." *Jurnal Akrab Juara* 6(1):258-72.

Swastha. Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern. Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Liberty.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71.  
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Suryani, Y. (n.d.). *Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional(TelaahStudi*

Tjiptono. Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Gramedia.

Wandira, L. W. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren Andromax 4g/LITE Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 1-11.

