

## DAFTAR REFERENSI

- Aljihadi, F. *et al.* 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Visionist*. 8(1), 1411-4186.
- Aminulloh, M. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Inovation Management*. 2(1), 33-47.
- Anindita. *et al.* 2020. The Effect of Product Quality, Price and Promotion On Car Purchasing Decisions. *Journal of Archaeology og Egypt*. 17 (10).
- Arikunto, Suhardjono, dan Supardi. 2017. Penelitian Pendidikan Kelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Farikhin, M dan Prabowo, R,E. 2019. Performa Kualitas Produk, Ctra Merk dan Persepsi Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 26 (2), 138-145.
- Firmansyah, Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish
- Kotler, P. and Gary Amstrong. 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.

- Kotler, P. and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Leng. *et al.* 2017. The Influence of Marketing Mix Factors on Customer's Purchase Intention in Johor Baru. *Journal Scientific Publisher*. 23 (9), 9115-9116.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Malau Herman, 2017. Manajemen Pemasaran. Alfabeta, Bandung.
- Ramli, R, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Bening Prodi Manajemen*. 7(1), 2252-5262.
- Reynaldi, G. H. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(1), 375-401.
- Rompas, C. *et al.* 2017. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*. 5(3), 4505-4514.
- Setiawan, W dan Suprihhadi, H. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. E-ISSN: 2461-0593.
- Siege, B. *et al.* (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 7(2), ISSN : 2337-5965.
- Silaen, Sofar., 2018., Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis, In Media, Bandung
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Wahyuningsih, E. 2017. Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda : Studi Kasus di Dusun Sribitan, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. *Jurnal Manajemen*. Hal 1 –17.
- Winardy, I. *et al.* 2021. The Positive Impact of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*. 5(2), 161-166.
- Woy, Mandey, dan Soepeno, 2014. Kualitas Produk, Strategi Harga, Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada PT.Nusantara Surya Sakti Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.3 Hal. 83-94.