

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (E. Mahriani, Ed.). Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ali, H., & Wangdra, T. (2010). *Techno Preneurship*. (A. Djojo, Ed.). Baduouse Media.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Beneke, J., Flynn, R., Greig, T., Mukaiwa, M., Beneke, J., Flynn, R., ...
Mukaiwa, M. (2014). The influence of perceived product quality, relative price and risk on customer value and willingness to buy: a study of private label merchandise. *Journal of Product & Brand Management*.
<https://doi.org/10.1108/JPBM-02-2013-0262>
- Chen, Y., Yu, J., Yang, S., & Wei, J. (2016). Consumer's intention to use self-service parcel delivery service in online retailing: an empirical study.
- Danapriatna, N., & Setiawan, R. (2013). *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Debika Sihi. (2018). Home sweet virtual home The use of virtual and augmented reality technologies in high involvement purchase decisions.
<https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0019>
- Efi Nopita Sari 1), P. W. A. 2). (2017). Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Sumber Pangestu Motor Karangnyar, *15*(3), 26–33.
- Farashahi, B. G., Easter, E., & Annett-Hitchcock, K. (2018). Price and perceived product quality: a comparison of denim jeans in three price categories. *Journal of Fashion Marketing and Management*, *22*(3), 369–386.
<https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2017-0104>
- Ghezzi, A., Cortimiglia, M. N., & Balocco, R. (2012). Mobile content and service

- delivery platforms: A technology classification model. *Info*, 14(2), 72–88.
<https://doi.org/10.1108/14636691211204879>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Girard, S., O’Keefe, M., & Price, M. (2014). *Sales dan Marketing*. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Imam Santoso. (2016). Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 94–109. Retrieved from [http://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/mantek/article/view/1724/pdf_10 %0A](http://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/mantek/article/view/1724/pdf_10%0A)
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Emba*, 1(2304–1174), 1251–1259. <https://doi.org/10.1149/2.0611809jes>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. (A. Maulana & W. Hardani, Eds.) (Edisi 13). Erlangga.
- Kurnoga, P. R. E. R. N. (2017). Article information : Organizational buying decision approaches in the manufacturing industry : developing measures and typology. <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2016-0204>
- Kuswanto, D. (2012). statistik untuk orang awam&pemula. In *statistik untuk orang awam&pemula* (p. 185). Jakarta: Laskar Aksara.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* (pertama). Yogyakarta: graha ilmu.
- Makkonen, H., Nordberg-Davies, S., & Olkkonen, R. (2018). “Shopping for

Items” or “Partnering for Performance”? A framework of purchasing practices for value co-creation in post-outsourcing buyer–supplier relationships. *Journal of Business and Industrial Marketing*.
<https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2017-0173>

- Manengal, C. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (Esacom) Manado. *Emba*, 3(3), 1254–1264.
- Mantik, A. F. (2015). Motivasi dan Persepsi Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Kfc Megamall Manado. *Jurnal EMBA, ISSN: 2303-1174*, 3(1), 378–387.
- Martono, N. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mellyniawati, E. (2017). Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J&T Ekpress Cabang Nganjuk Tahun 2016. *Simki-Economic*, 01(03), 1–14.
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2016). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nawawi, H. (2015). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. (R. F. Sikumbang, Ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Edisi 7). Jakarta Barat: PT Indeks.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (1st ed.). Jakarta: Kencana.

- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ojekalu, S. O., Ojo, O., Oladokun, T. T., & Olabisi, S. A. (2018). Factors influencing service quality An empirical evidence from property managers of shopping complexes in Ibadan , Nigeria. <https://doi.org/10.1108/PM-05-2018-0035>
- Pan, M.-C., Kuo, C.-Y., Pan, C.-T., & Tu, W. (2013). Antecedent of purchase intention: online seller reputation, product category and surcharge. *Journal of Biological Chemistry*, 269(19), 14075–14080. <https://doi.org/10.1108/IntR-09-2012-0175>
- Petricia, D., & Syahputra. (2014). Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Progo Bandung) Effect Of Product Quality , Price , Promotion and Service Quality Towards Purchase Decision Process (Study Of Kopi Progo Consumers Bandung), 2(2), 2117–2124.
- Putrawan, I. M. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Quadratullah, M. F. (2014). *Statistika Terapan Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi dengan SPSS*. (Maya, Ed.). Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Riduwan. (2009). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. (Wasiman, Ed.). Jawa Barat: Alfabeta.
- Rodriguez, R., & Svensson, G. (2015). Teleological Sales and Purchase Approaches in Complex Business Relationships – Customers’ Expectations before and Perceptions after Purchase Teleological Actions in Sales Service Encounters: Before and After Purchase. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 30 No, 645–658. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/02683940010305270>
- Saefuddin, A., Notodiputro, K. A., Alamudi, A., & Sadik, K. (2009). *Statistika Dasar*. (A. BM, Ed.). Jakarta: PT Grasindo.
- Sanusi, A. (2011a). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sanusi, A. (2011b). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sarwono, J. (2010). *PASW Statistics 18-Belajar Statistik Menjadi Mudah dan Cepat*. (H. P, Ed.). Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Indeks.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. (F. Hutari, Ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Situmorang, S. H. (2009). *Perencanaan dan Pengembangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2012b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B* (17th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012c). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Batam: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian* (Edisi Pert). Yogyakarta: graha Ilmu.
- Sumanto. (2014). *Statistika Terapan*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam*

- Pemasaran*) (Edisi kedu). Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta: CAPS.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2010). *Statistika Ekonomi dan Bisnis* (Edisi Pert). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Supriyanto, A. S., & Machfudz, M. (2010). *Metodologi Riset: Manajemen Sumberdaya Manusia*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Suwena, K. R., & Tripalupi, L. E. (2015). *Statistika Dasar*. Yogyakarta: graha ilmu.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed). Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Asmara Books.
- Utami, C. W. (2008). *Strategi Pemasaran Ritel*. PT Indeks.
- Wibisono, Y. (2009). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan dengan Excel dan SPSS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widiyanto, M. A. (2010). *Statistika Terapan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Pertama). Yogyakarta: graha ilmu.
- Wood, M. B. (2009). *Perencanaan Pemasaran* (Edisi 3). Jakarta Barat: PT

Indeks.

Yusri. (2013). *Statistika Sosial*. Yogyakarta: graha ilmu.