

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *A Multidisciplinary Journal*, 3(6), 239–244. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (n.d.). The Influence of Quality Products , Price , Promotion , and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT . Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta, 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Denny, D. (2013). Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado. *Issn*, 1(4), 51–59.
- Fernando. (2018). SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini membuat persaingan semakin ketat sehingga menuntut produsen untuk lebih peka , kritis dan reaktif terhadap b, 7(1), 441–469.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA ISSN : 2303-1174*.
- Lasut, R. (2017). ASTRA, PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. PADA, INTERNATIONAL TBK-DAIHATSU CABANG MALALAYANG MANADO (STUDI KASUS AYLA), PEMBELI PRODUK, 5(2), 1452–1462.
- Lydia Mal, L. H., & Agus, G. (2018). Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka . Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura Bali, 13(1), 63–73.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Journal EMBA*, 1(18), 2336–2346. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Jbma, ISSN: 2252-5483, IV(2)*, 60–69.

- 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.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, ISSN : 2252-826.
- Santoso, I. (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.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zona Mega Mall Manando. *Jurnal EMBA*.
- sugiyono. (2011). metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D. In *metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R & D*.
<https://doi.org/10.1164/rccm.200409-1267OC>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, Dan R&D*. <https://doi.org/10.1016/j.tiv.2011.06.008>
- Sujarweni, W. V. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI*.
- Sumanto, D. M. A. (2014). *STATISTIKA TERAPAN*.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA ISSN : 2303-1174*, 1(4), 607–618.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Edisi 2.
<https://doi.org/10.1109/ICHR.2010.5686827>
- Yulasmi. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan, 22(1), 34–41.