

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan. In *UPP STIM YKPN*.
- Arikunto. (2006). *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Artiningtyas, I., Minarsih, M. M., & Hasiolan, L. B. (2006). Pengaruh Kualitas Layanan , Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Vulkanisir Top Cool Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In *PT RajaGrafindo Persada, Jakarta*. <https://doi.org/10.1109/ACC.2007.4282338>
- Curatman, A., & Hermansyah. (2015). MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEWAJARAN HARGA DAN MEREK PRIBADI (Survey pada Konsumen Giant Kota Cirebon). *JURNAL LOGIKA*.
- Djaslim, Saladin, 2002. (2019). Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Linda Karya, Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran, edisi kedua*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Kotler dan Amstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. In *Erlangga*.
- Kotler dan Armstrong. (2014). Pengertian Harga. *Pengertian Harga*.
- Kotler dan Keller. (2017). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks,. Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Kotler, P. (2012). Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Pearson Education International*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Kottler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi ke-12. Jilid ke-

1). *Jakarta: Erlangga.*

Muhammad, R. D. (2010). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.*

Philip Kotler dan Gery Amstrong. (2014). Aktiviti Promosi. *HIFADH.*

Priyatno, D. (2016). SPSS Handbook. In *Yogyakarta, Mediakom.*

Pujilestari, S., Dwidayati, N., & Sugiman. (2017). Pemilihan Model Regresi Linier Berganda Terbaik pada Kasus Multikolinieritas Berdasarkan Metode Principal Component Analysis (PCA) dan Metode Stepwise. *UNNES Journal of Mathematics.*

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *PT. Indeks Gramedia.*

Sugiyono. (2014). Teknik Pengumpulan Data. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* <https://doi.org/10.3354/dao02420>

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods). *Journal of Chemical Information and Modeling.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sugiyono. (2017). Penelitian Kuantitatif. *Pemaparan Methoden penelitian Kuantitatif.*

Suharsimi, A. (2010). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). In *Rineka Cipta.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Swastha, B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship.*

Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran. In *Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.*

Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. In *Edisi I. Yogyakarta: Andi.*

Warnadi, A. T. (2019). Strategi Promosi Dalam Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran*.

