

DAFTAR PUSTAKA

- Agusra, D. (2018). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian tepung bumbu Mamasuka, *Journal of Economics Business and Accounting*, 2, 2597–5234.
- Assauri, S. (2004). Manajemen pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Doni, M. (2017). Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 01, Maret 2017. Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang, 01 (01), 6-18
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Ghozali, (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Kennedy, J.E. (2009). Manajemen Event. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Koesoemaningsi, R. (2013). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi.
- Kotler, (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I, Jakarta: Indeks. Kotler, KL Keller.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012). Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh Sabran. Bob. Edisi tiga belas. Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lesatri, P.S. 2015. Hubungan komunikasi pemasaran dan promosi dengan keputusan memilih jasa layanan dan promosi dengan keputusan memilih jasa layanan kesehatan. *Interaksi Journal*. 4(2), 139-147.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Skripsi Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. *Program*

Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia., 2015.

Monroe, K. B. (2002). *Pricing: making profitable decisions (3rd ed.)*. New York, NY: McGraw-Hill Publishing Company.

Nagle, T. T., & Hogan, J. E. (2006). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitability (4th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.

Nasution, S. (2017). *The Effect of Price and Service Quality on Train User Satisfaction and Loyalty*. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal)*, 1(2), 127–138. <https://doi.org/10.37367/jpi.v1i2.39>

Batjo,(2018) *Journal of Islamic Management And Bussines*. Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku dan Putusan Pembelian

Owusu Alfred, (2013) . *Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*, *European Journal of Business and Management*

Rakhmatin, T. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Personal Sales Terhadap Keputusan Pembelian Produk Al-Quran Miracle The Reference E-PEN. *Jurnal Common*. <https://doi.org/10.34010/common.v1i1.248>

Smith, G.E., dan Woodside, A.G. (2009). *Chapter 9 Pricing theory and practice in managing business-to-business brands*. Dalam Glynn, M.S., dan Woodside, A.G. (Ed.) *Business-To-Business Brand Management: Theory, Research and Executivecase Study Exercises (Advances in Business Marketing and Purchasing, Vol. 15)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, hal. 429-486. [https://doi.org/10.1108/S1069-0964\(2009\)0000015013](https://doi.org/10.1108/S1069-0964(2009)0000015013).

Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12.

Stundza, T. (2008). *Chrysler CPO wants “Fierce” collaboration with automaker’s supply base*. *Purchasing*, 137(9), 18–19.

- Tehuayo, E. (2018). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Perilaku Pembelian Produk Yamaha Mio Di Kota Ambon. *Jurnal SOSO2*, 6, 25–34.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi Press.
- Tjiptono, F. & Gregorius Chandra. (2008). Pemasaran Strategi. Yogyakarta: Andi.
- Zulaicha, S., Irawati, R., Administrasi, P., Terapan, B., dan Batam, N. (2016). Pembelian Konsumen Di Morning Bakery. *Jurnal inovasi dan bisnis*, 4, 2338–4840.

