

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS Volume 7, Nomor 2*, 9.
- Alvin, D. (2017). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN. 9.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Rajawali Press.
- Chandra, F. T. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Choerudin, B. P. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Diana Yunita Sari, D. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KAPUR BARUS MEREK BAGUS (STUDI PADA KONSUMEN GIANT BSB SEMARANG). *Prosiding SENDI\_U 2018*, 7.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ekawati, T. (2018). *Wisata Belanja: Perpaduan Konsep Belanja dan Rekreasi*. Yogyakarta: Expert.
- Fadhil, Z. K. (2016). ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 39 No.2 Oktober 2016*, 7.
- Fausi, H. A. (2017). *Pelayanan Konsumen*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, F. d. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. T. (2018). PENGARUH KEPERIBADIAN KONSUMEN DAN KUALITAS SENIPERTUNJUKAN TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN TIKETPERTUNJUKAN SENI TEATER DI GEDUNG KESENIANCAK DURASIM SURABAYA. *Ekuivalensi* Vol. 4 No. 1 April 2018, 10.

- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen*. Jakarta Timur: Luxima Metro Media.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Limakrisna, Y. J. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Grup Penerbit CV BUDI UTAMA.
- Limpo, L. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *IJoASER, Volume 1, Issue 1, March 2018*, 14.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Morrisan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nawawi, M. T. (2016). FACTORS OF CONSUMER BEHAVIOR THAT AFFECT PURCHASING DECISIONS ON BLACKBERRY SMARTPHONE. *Journal The WINNERS, Vol. 17 No. 1*, 8.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Olson, P. d. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rugaya, S. (2015). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil toyota. 20.
- S, D. &. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Saputri, A. L. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Simamora, B. (2014). *Materi Pokok Pemasaran Strategik*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

- Sopiah, S. &. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sri, V. &. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA TAMAN REKREASI WONDERIA SEMARANG) . 10.
- Subekti, S. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket. *Warta Penelitian Perhubungan, Volume 29, Nomor 1, Januari-Juni 2017*, 18.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tantri, T. A. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Tantri, T. A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Wakhidah, E. N. (2018). PENGARUH HARGA, PROMOTION DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP. *Jurnal Manajemen Dirgantara Vol.11 No.2, Desember 2018/*, 10.