

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. (Edisi 1 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Adisaputro, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Atmaja, D., & Adiwinata, M. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 12-23.
- Cooper, D. R., & Emery, C. W. (1996). *Metodologi Penelitian Bisnis Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- David. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep; Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT Indeks.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 10(1), 58-66.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28, 725-737.
- Geladi, P., & Kowalski, B. R. (1986). *Partial Least Square Regression: A Tutorial* (Vol. 185). Amsterdam: Elsevier Science Publishers B. V.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS)*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Kotler, & Amstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Krisyantono, R. (2015). *Public Relations, Issue & Crisis Management : Pendekatan Critical Public Relations, Etnografi Krisis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Lubalu, A. O. (2017). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Idola Poso. *Jurnal Ekomen*, 17(1), 34-39.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. United State Of America: Prestice Hall.
- Malik, P. D. (2012, December). Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Business and Social*, Vol. 3(No. 23).
- Notoadmojo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Manajemen STIE Pelita Nusantara Semarang*, 2(1), 77-87. doi:10.30812/rekan.v2i1.1120
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa*. Jakarta: Visi Media.
- Rizky, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk (Studi Pada Konsumen Susu Di Kecamatan Purwosari, Kabuten Pasuruan). *e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, 40-55.

- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elekmedia Computindo.
- Siregar. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality, & Sastification* . Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.