

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Achidah, N., Warso, M., & Hasiolan, L. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Studi Empiris pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management Vol. 2 No.2*.
- Adiputra, Riyan, Y., Khasanah, & Imroatul. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.
- Adiwidjaja, A., & Husada, Z. J. (2017). Pengaruh Bran Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. AGORA.
- Adriansyah, M. A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&CCookies. *Universitas Bina Nusantara*.
- Aurelia A. (2012). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga Konsumen Pada Produk Ipad (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Indonesia)
- Amila, F. (2017). Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Ekuitas Merek Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia. *Admisi & Bisnis Vol. 19 No. 2*. Politeknik Negeri Semarang, 159-172.
- Amna A, S. N. (2018). Analisis Efektivitas Sales Promotion Gojek dan Grab serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online di Kota Makassar. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Angipora, M. (2002). *Dasa-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Arifin, S. W. (2013). Pengaruh Perceived Price dan Perceived Value pada Produk Bundling Terhadap Minat Beli (Survei Minat Beli Handphone Blackberry-Indosat pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. *Jurnal Adminitrasi Bisnis Vol. 1 No. 2*.
- Armahadyani (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kedai Makan Pa'Mur Karawang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif Vol. 3 No. 2*. Universitas Singaperbangsa Karawang

- Banjarnahor, D. A., & Oktafiani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jsa Taksi Blue Bird di Kota Bandung.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Citra, T., & Santoso, S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang). *Studi Manajemen & Organisasi*, 13,67-79.
- Diasnyah, & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 32 No.2*. UNTAG Semarang
- Erdilo, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Eksekutif Taksaka Daop VI Yogyakarta. *UPN "Veteran" Yogyakarta*.
- Fadli, F. (2019). Pengaruh Persepsi Harga Produk Sepeda Motor Yamaha Fino Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT. Permata Kadipaten Majalengka). *Universitas Pakuan*.
- Fatuh, M. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi *Online* (Studi Pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 5 No.4*. Universitas Negeri Surabaya.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Cetakan Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____, Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd Edition)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Hadi, S. (2006). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi & Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hersona, S., M. A., & Setyawan T. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang . *Jurnal Manajemen*, 1149-1159.
- Joegiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFPE.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- _____. (2009). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan : Benyamin Molan). Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok. Gramedia.
- _____, Amstrong, G. (2009). *Principle of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____, Amstrong G. (2012). *Principles of Marketing Global Edition 14th Edition* New Jersey: Pretince Hall
- _____, Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Leksono, R. B. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. Vol. 2 No. 3, 381-390*
- Lupiyoadi, R., & H. A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mardian, M. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Persepsi Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Ojek *Online* (Studi Kasus Terhadap Grabbike di Kota Surabaya). Universitas 17 Agustus 1945.
- Muanas, A., & Suhermin. (2014). Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 13 No.12*.
- Mulyana, S. O. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Situs Belanja *Online* BLANJA.com). Universitas Bakrie.
- Nirwi, N. A. (2018) Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penerbangan Domestik Rute Semarang - Denpasar

- di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Branch Office Semarang. *Journal of Economic and Management Univesitas Stikubank Vol. 7 No. 2.*
- Nusrai, I. H. (2018). Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 76-81.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pradana, A. S. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Grabcar. *e-Proceeding of Management. Vol 5 No. 2, 2740-2747*
- Primantari, A. A., & Purnami, N. M. (2017). Pengaruh Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Taksi Online Blue Bird.
- Priyatno, D. (2010). *Phama Analisa Statistik Data dengan SPSS : Plus TataCara dan Tips Menyusun Skripsi dalam Waktu Singkat.* Yogyakarta: MediaKom.
- Puri, R. R. (2016). Pengaruh Promosi Penjualan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Parahyangan Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Survei Pada Daop 2 Bandung). Universitas Pasundan
- Putri, N. L., & Atnan, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Grab Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers Grab di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management Vol. 6 No. 3.* Universitas Telkom
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, & Kuncoro, E. A. (2008). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis).* Bandung: Alfabeta.
- Samosir, C. B., & Prayoga, A. B. (2015). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis 1(3).*
- Sari, R., & Astuti, S. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 1-13.
- Schiffman, G. L., & Kanuk. (2000). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh.* Jakarta: PT. Indeks.

- _____. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: Prentice Hall.
- _____. (2008). *Consumer Behavior Eight Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online *Ekonomika dan Manajemen*. 5(2), 128-47.
- Sistaningrum. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek, dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian.
- Stanton, W. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Administratif Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, R. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Warung Spesial Bebek Goreng Andalan). *Diponegoro Journal of Management*, 5 (10), 1-10.
- Swastha, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- _____, Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Keenam*. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- _____. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- _____. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Bayu Medi Publishing.
- _____. (2009). *Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh*. Yogyakarta: Andi Offset.