

DAFTAR RUJUKAN

- Alit, dkk. (n.d.). Pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi, harga, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian khuzaini sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.179-211.
- Ajzen, I. (2015). Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), pp.121-138.
- Andika, dkk (n.d). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang.
- Arifa, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *In Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 1, Issue 1).
- Ayu, dkk. (2022). Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis pengaruh elektronik Lokasi dan citra merek terhadap niat beli.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. (2010). Bali dalam angka 2010.
- Candra, dkk. (2019). Peran brand image memediasi pengaruh electronic Lokasi terhadap niat beli. *E-jurnal manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6638.
- Fahyudi, dkk. (2020). Perkembangan Luas Permukiman Dan Penggunaan Lahan Pada Daerah Peri-Urban Kota Singaraja Tahun 2010, 2015 Dan 2020. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 8(3), 140–147.
- Ferdiana, dkk. (2021). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran).
- Ghozali, I. (2007). Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Empat. Badan Penerbit Universitas diponegoro, Semarang.
- Kotler dan Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler dan Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Sabran B, MM*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Irwansyah, S. (2021). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Dari Perspektif Fasilitas, Citra Perusahaan Dan Harga (Survey Pada Perumahan Panorama Sakuran Asri Kota Jambi).
- Ling, dkk. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. The Highland Park Resort Hotel Bogor.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh harga, kualitas produk dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen serta implikasinya pada keputusan pembelian smartphone Xiaomi.
- Miftahul, J. (n.d.). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta).
- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Puji, dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian serta dampaknya pada Lokasi Jasa Pengurusan Nenkin di CV Speed Nenkin. *In JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* (Vol. 4).
- Putri dan Marlien. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*.
- Perdana, dkk. (2022). The Role Of Product Price And Brand Image On Purchase Decision Of Cold Pressed Juice Re.Juve Product Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re. Juve. *In Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 5).
- Riyanto. (2020). Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian rumah di cluster Iskandar Muda (studi kasus PT. Surya Metal Berjaya). Universitas Buddhi Dharma Tangerang, Tangerang, 22-26.

- Saputra dan Ardani. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Setiadi, J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Situmorang dan Wesnawa. (2018). Pertumbuhan Permukiman Di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 6(1). <https://doi.org/10.23887/jjpg.v6i1.20680>
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfa Beta.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yuliana dan Maskur. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>

