

## DAFTAR RUJUKAN

- Adil dan Samrin,(2017), “Pengaruh Budaya Dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Bina Langgeng Lestari (*Tony Moly Cosmetic*) Medan”jurnal manajemen tools, Vol. 6 No 1.
- Amilia dan Asmara (2017), “ Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa” Jurnal manajemen dan keuangan, vol.6, no.1.
- Anggoro (2019), “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Oli Kendaraan Merek Shell Pada Pt. Dinamika Lubsindo Utama” Vol.3 No.3.
- Chaniago dkk,(2020), “Analisis Pengaruh Promosi yang Terintegrasi dan Keunggulan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Di Kota Ambon” Jurnal sosoq, vol. 8, nomor 1.
- Dinan dkk,(2016), “Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik oriflame pada mahasiswi universitas muhammadiyah jember”  
Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 2 No. 1
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A. 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan”. *Keuangan Dan Bisnis*, 7 (3).
- Hariyadi, (2016), “Faktor-faktor yang menentukan konsumen berbelanja di minimarket (studi pada indomaret dan alfamart di semarang)” Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. (ed.12). PT Indeks.

Kotler, Phillip. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.

Laili dkk,(2018), “Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengalaman Belanja *Online*, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Situs Jual Beli *Online* Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unisma Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Jl.Mt.Haryono 193 Malang)” e-jurnal riset manajemen.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Ed.1 Graha Ilmu.

Leksono dan Herwin,(2019), “Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis *Online*” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol.2, No.3.

Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. (ed.01). Salemba Empat.

Lupiyoadi, Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Nurochani dan Mulyana,(2017), “Pengaruh *Servicescape* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.11, No.1.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 4. Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.

Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.

Rohman dan Adinugraha (2018), “Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Mikro Di Kota Semarang” *jurnal media trend*.

Saladin, Djaslim. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.

Santoso, Singgih. 2004. *Buku Latihan SPSS Penumerik*. Jakarta: Elex Media.

Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis Cetakan Ke-18*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, (ed.03). Yogyakarta: ANDI

Yanti, M. 2020. “Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Pada Minimarket IK Sultan Adam”. Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB.

Zulaicha dan Irawati,(2016), “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam” *Jurnal Inovasi Bisnis*.

