

DAFTAR PUSTAKA

- A. Lind, D. e. (2005). *Statistical techniques in business & Economic*. . New York: Mc graw-hill Irwin.
- Abdurrahmat, F. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Algifari. (2000). *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi. Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Anggreni& Safitri, C. A.D.,. (2020). Hubungan Pengetahuan Remaja tentang COVID-19 dengan Kepatuhan dalam Menerapkan Protokol Kesehatan dimasa new Normal. *Hospital Majapahit*, 12(2), 134–142.
- Aqib, Z. (2013). *Model-Model, Media, dan Strategi Pembelajaran Kontekstual*. Bandung: Yrama Widya.
- Bawono, A. (2018). *Multivariate Analysis Dengan SPSS . Press release*, 46.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. 2017*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2014). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- HaryokoB., Pasaribu, V. L. D., Ardiyansyah.U. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firm an Dekorasi. (Wedding Organizer). 2 (1), 1-17.
- Hidayat, T. (2020). "Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen* 17.2, 109-119.

- Irawan, D. d. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Istiyanto, B. &. (20217). Analisis pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 1, 12.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. PT Mizan: bandung.
- Keller, K. &. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, &. K. (2016). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (Pearson Education Limited). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. 2017: England.
- Kotler, k. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid II.Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Martinez, P. B. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. . *Int. J. Hosp Manag.* , 89–99.
- Mayer, R. M. (2002). Animation as an Aid to Multimedia Learning. *Educational Psychology Review. Vol. 14, No. 1*, 129-135.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. cetakan I*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Siagian Hotlan., C. H. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan. *Loyalty Pelanggan Online Shop*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 8 No.2, 261.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Cv.Afabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Cv.Afabeta.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Suryoko.Chairani Puspita dan SriRahmilla. (2017). Pengaruh Iklan, Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6 (No. 3)., 96.
- SusantoRudy. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*., 110.
- thesalonika Alexander Defri PoliiG. Worang, & Jeffry L.A. TampenawasFrederik. (2022). Pengaruh Harga Pengiriman Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia Di Manado. *Tampenawas 106 Jurnal EMBA*, 10(2), , 106–114.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.