

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2018). Principles of marketing. 7th Edition Pearson Australia.
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., & Buchwitz, L. A. (2017). Marketing: An Introduction (6th ed.). Pearson. ISBN: 9780134470528
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Bungin, P. D. H. B., & Sos, S. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua. Kencana.
- Caesaro, V. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Jabodetabek
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Techniques*, 2nd Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Dolma, S. (2010). The central role of the unit of analysis concept in research design. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 39.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran: Dasar dan Konsep. Penerbit Qiara Media.
- Fredlina., Rompies, R., & Marchello, Y. (2019) Pengaruh Brand Love Terhadap Positive Word of Mouth Pengguna Smartphone Iphone di Jabodetabek.
- Furadantin, N. R. (2018). *ANALISIS DATA MENGGUNAKAN APLIKASI SMARTPLS V.3.2.7 2018*. Universitas Palangka Raya.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*. Vol. 2 No, 2.
- Hall, N. A., & Hall, R. (2008). *Applied social research*. Macmillan Education AU.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. SAGE Publications.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*.

- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). *Structural equation modeling*. Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama.
- Heryanto, I. (2016). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80-101.
- Israel, G. D. (1992). *Determining sample size*.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). PEGARUH HARGA DAN PERIKLANAN MELALUI INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SABUN MEREK LUX PADA MAHASISWA STIE “KBP” PADANG.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Kasmir. (2009). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana. Jakarta
- Kemenperin. (2019). Industri Minuman Tumbuh Lampau 22%, Kinerjanya Terus Dipacu lewat Inovasi. Retrieved from: <https://kemenperin.go.id/artikel/21118/Industri-Minuman-Tumbuh-Lampau-22,-Kinerjanya-Terus-Dipacu-lewat-Inovasi>
- Kismono, Gugup. (2001). *Pengantar Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Management Marketing*. Vol. 1, Thirteenth edition, Translation Bob Sabran, MM. Jakarta: Publisher Erlangga.
- Kotler & Keller, (2012). *Marketing Management*. 14th Edition., Prentice Hall. ISBN 978-0-13-210292-6
- Merdeka. (2020) Kisah Bos Kokumi Pertahankan Roda Bisnis Kala Pandemi Andalkan Strategi ini. Retrieved from: <https://www.merdeka.com/uang/kisah-kokumi-pertahankan-roda-bisnis-kala-pandemi-andalkan-strategi-ini.html>
- Moka (2020). Bocoran Peluang Bisnis F&B, Ritel, dan Servis pada 2020. Retrieved from: <https://blog.mokapos.com/e-book-bocoran-peluang-bisnis-2020>
- Mursid, R., Nugrahadi, E. W., & Siagian, S. (2014). Model-based learning entrepreneurship development efforts in the formation of character.

International Journal of Education and Research, 2(11), 189-204.
Retrieved from: <https://www.ijern.com/>

- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-11.
- Pellissier, R. (2008). *Business research made easy*. Juta and Company Ltd.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, A. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya. Bandung.
- Saikia (2014). Estimation of Principal Components Regression Coefficients. *International of Science and Research (IJSR)*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Basic types of questions: exploratory and descriptive In *Research Methods for Business (7th Edition)*. Wiley
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179-194.
- Supriyadi, E. (2016). *Perbandingan Metode Partial Least Square (PLS) dan Principal Component Regression (PCR) Untuk Mengatasi Multikolinearitas Pada Model Regresi Linear Berganda (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang)*. DOI: <https://doi.org/10.15294/ujm.v6i2.11819>
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Cetakan Kedua*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Suparmoko, 1998. *Metode Penelitian Praktis (Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 19)*. Alfabeta. ISBN 10: 979-8433-64-0

- Taherdoost, H. (2018). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205035>
- Tersiana, A. (2018). Metode penelitian. Yogyakarta: Startup.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2008). Pemasaran Strategik. ANDI Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, F., & G. Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- Top Brand (2020). TOP BRAND FOR TEENS INDEX. (2020). Retrieved from: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Van Waterschoot, W., & Van den Bulte, C. (1992). The 4P classification of the marketing mix revisited. *Journal of marketing*, 56(4), 83-93.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Widarjono, A. (2007). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Wong K.K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*. Vol.24: Technical Note1.
- Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-Klein, H. (2007). *Strategic retail management*. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden (GWV).
- Zuliani, S. (2005). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja di Mini Market Sarinah Swalayan Ngalian Semarang. Skripsi, UISA.
- Zeithaml, A. Parasurman & Leonard L. Berry. (2011). *Delivering Quality Service*. New York : The Free Press.
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods Eight Edition*. In Cengage Learning.