

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling. *Statistika. Jurnal UNIMUS*, No.1, Vol 6, pp.15-21.
- Boyd . Harper. W. Ovrille, C. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Budi Prasetyo, Y. R. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Akutansi*, No. 4, Vol. 2, pp.20-31.
- Daeng, I. T. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas. *e- journal "Acta Diurna"*, Volume VI. No. 1, pp.1-10.
- Effendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Garvin. (2000). *Kualitas Produk*. In Boyd, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, A. (2017, Desember 16). Cara Hitung Rumus Slovin Besar Sampel. Retrieved from Statiskian.com: <https://www.statistikian.com/2017/12/hitung-rumus-slovin-sampel.html>.
- Kapahang, Nela Favianury, J. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, No 6, Vol.2, pp.1-20.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kristanto, J. (2016). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, M. R., & Istiqomah, D. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, No.1, Vol.2, pp. 33-42.
- Lestari, D. E. (2010). *Paradigma Penelitian Modul 1. Seminar dan Workshop Penelitian*, 1.2.
- Mackenzie, N., & Knipe, S. (2006). *Methods and Methodology*. Issues In Educational Research, 193-205.
- Muslim. (2016). Varian Varian Paradigma, Pendekatan, Metode Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. *Wahana*, Vol. 1, No. 10, Ganjil, 2.
- Mustafa, & Z. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Peacockoffie, Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Political*, No.2, Vol.1,pp.1-10.
- Pasoloran, I. (2019). Pengaruh Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Mas Juns di Samarinda. *Ekonomia*, No. 3, Vol.5, pp.1-10.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, No.2, Vol.3, pp.116-123.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Brand. *Jurnal Stie Semarang*, Vol 8, No 2, pp.1-12.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh Brand, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1, No.12, pp.3843-3852.
- Soegijono, M. (1993). Wawancara Sebagai Salah Satu. *Media Litbangkes* Vol III No. 01, 2.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2017, September 9). *Sejarah iPhone : Perkembangan iPhone dari Masa ke Masa*. Retrieved from panduanmac.com: <https://www.panduanmac.com/2017/09/sejarah-iphone.html>
- Sukardi, D. K. (1983, Februari 5). *Pengertian Kuesioner, Jenis, dan Contohnya Lengkap*. Retrieved from dosensosiologi.com: <https://dosensosiologi.com/pengertian-kuesioner-jenis-dan-contohnya-lengkap/>
- Swastha. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Infotek.