

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2010). Fungsi Manajemen. Indonesia: Penerbit Erlangga.
- Assauri, S. (2012). Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ekasari, R., & Rezki, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Pakaian Ainun Jaya Kotabaru Driyorejo). Jurnal Ecopreneur Vol.3 No.1, 1-10.
- H.B. Siswanto, M. (2010). Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iwan, E. I. (2019). Analisis Kualitas Produk Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Oriflame. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.3, 5-12.
- Kijewski, E. Y. (2010). Kualitas Produk dalam Perspektif Konsumen. Jakarta: Salemba Empat.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Jurnal EMBA Vol.1 No.3, 5-8.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga. Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Syahrur, & Salim. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Citapustaka Media.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Ugeng Budi Haryoko, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebento Group Tangerang Selatan. Jurnal Disrupsi Bisnis Vol.3 No.1, 5-10.
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal EMBA Vol.1 No.4, 2-7.