

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cahaya, Yudha Dwi. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Be Happy Pare Kabupaten Kediri. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 1–18.
- Eko Purnomo, Y. 'Aini M. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*, 4(1), 1–28. Retrieved from <http://e-journal.upp.ac.id/index.php/fekon/article/view/1312>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hendri Sukatjo, S. R. A. (2010). Analisis Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mytra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jauhar, Subekti Ridhotullah dan Mohammad. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson: Education, Inc.
- Lubis, Nana Putriana. (2019). Pengaruh Kualitas produk, Keragaman Produk, harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Pasar Inpers 1 Kisaran. 5–10.
- Misuwari, F. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro (Distributor Store) Sweetdreams Store Bekasi. 119.
- Puspaningrum, M. E. D., & Samboro, J. (2018). Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Alif Putra Toserba dan Grosir Jombang. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 317–321.

- Rares, A., & Jorie2, R. J. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3(2), 592–604.
- Ridianti, R., & Cipto, rahajeng cahyaning putri. (2018). Pengaruh Harga Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Di Giant Ekstra Balikpapan. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*.
- Riyanto, resa puji. (2015). *Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Distribusi Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario*. 151, 10–17. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Sopian, A. M. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjipono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip , Penerapan dan Penelitian* (A. Offset, ed.). Yogyakarta.
- Trang, I., & Sinambow, S. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 300–311.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 5–37.
- Yan, R. G. P. S., Repi, A., & Lumanauw, B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di PT Tridjaya Mulia Sukses Manado. *Jurnal EMBA*, 6(1), 101–110.