

DAFTAR PUSTAKA.

- Aditi, Bunga, H.M Mansyur (2018) “Pengaruh atribut Produk, Kualitas produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan”. Jurnal. Medan. Universitas Harapan.
- Albert Kurniawan. 2014. Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Ariyanto, Nurmin dan Eramaya Patilaya, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro”, Jurnal Kreatif, Vol.6, No.2, 2018.
- Atmodjo, Sunarno Sastro, Manajemen Pemasaran (Marketing). Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Basu Swastha dan Irawan. 2018. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Damiati, dkk., 2017., Perilaku Konsumen, Rajawali Pers, Depok, 16956.
- Djohan, A.J. 2016. Manajemen & Strategi Pembelian. Malang: Media Nusa Creative.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 7 Nomor 1.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, 2018. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. et. al. 2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). SAGE Publications, Los Angeles.
- Hair, J. F. J., et al. (2018). Multivariate Data Analysis.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95.

- Korowa, E., S. Sumayku, dan S. Asaloei. 2018. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020) Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Giant Express Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. XI, 145-154.
- Marendra, I. gede. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart atau Indomaret) (Studi Kasus Di Universitas Pamulang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 35–38.
- Melisa dan Muhammad Nur Fietroh. 2021. “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Baby Shop Roberto Sumbawa”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4 (2)
- Minarti, M. S., & Nainggolan, N. P. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Onlin Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4(3), 210–217.
- Rahmawati, Yuni; Nilowardono. (2018). “The Effect of Product Quality, BrandTrust, price, and Sales Promotion on Purchase Decisions on Royal Residence Surabaya”. *International Journal of Electronic Business Management*. Vol. 1, No. 1.
- Schiffman, Kanuk. (2019). The Effect Of Product Quality, Price And Promotion On The Purchase Decision Of Telkomsel Service Products. 4(9)
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed). United Kingdom: Wiley.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono Fandy (2020). Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan. Penerbit Andi.
Yogyakarta.

