

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Ade Parlaungan Nasution and Denny Ammari Ramadhan. (2019). EFFECT OF COMPETITIVE PRICES, COMPLETENESS OF PRODUCTS, AND LOCATIONS ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT METRO ELECTRONICS & FURNITURE RANTAUPRAPAT. *BMC Public Health*, 5(1), 1–8.
- Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, N. P. N. A. (2016). *PENGARUH LOKASI, FASILITAS, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 11(1), 22–30.
- Ali, M. M., & Suciana, A. (2019). The Influencee of Location, Price and Service Quality On A House Purchase Decision. *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management*, 4(8), 2456–4559. [www.ijbmm.com](http://www.ijbmm.com)
- Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Layla, A. A., & Harahap, D. A. (2018). *Effect of Price and Product Completeness to Consumer Purchase Decision at Tokopedia.com*. *Gcbme 2017*, 34–37. <https://doi.org/10.5220/0007114300340037>
- Arifin, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*, 113–127.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Cetakan II). PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58–66. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.27>
- Hair, J. R., R, T. R., & Black, W. (2010). *Multivariat Data Analysis* (7th Editio). Pearson Education, Inc.
- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 47–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>

- Hartini, S., & Syahril, M. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor). *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Ponsel (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor)*, 12.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Manajemen* (The Millen).
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan dan Pengendalian*. Andi.
- Kotler, P. & G. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2014). *Principle of Marketing* (14 Edition). Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT. Indeks., In e – Jurnal Riset Manajemen.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016b). *Marketing Management* (Edition 13). Pearson Education.
- Nasruddin. (2020). *Pengaruh Faktor Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Konsumen*. 130–145.
- Peter, O. (2005). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Mc Graw-Hill.
- Prasetijo, R. dan I. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- RAHARJANI, J. (2005). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN PASAR SWALAYAN SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang ). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2(Nomor 1), 1–15.
- Sekaran, U. (2006a). *Research Method For Business* (Buku 2). Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006b). *Research Method For Business* (Buku 1). Salemba Empat.
- Sucipto, Dheasey Amboningtyas, SE, M. (2017). *EFFECT OF COMPLETENESS OF PRODUCT, LOCATION, AND PRICE ON DECISION OF PURCHASE ON MINIMARKET IN REGION OF TEMBALANG CITY OF SEMARANG*.
- Tjiptono. (2015). *Stratergi Pemasaran* (Edisi Kedu). Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.

Widyastuti, A. N., & Tubastuvi, N. (2020). *The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions*. 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>

Yati Ambarwati, N. Rachma, & Rahman, F. (2017). PENGARUH PEMILIHAN TATA LETAK PRODUK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ROYAL ATK. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.

