

## DAFTAR PUSTAKA

- Addurrahman dan Achmad. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Amir, M Taufiq. (2005). *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Jogiyanto. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Fikri dan N. Rachma. Pengaruh Kualitas Harga, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian di Distro Indigo Jombang. *e-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen*.
- Hermansyur. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, journal.umsu.ac.id
- Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran. (2018). *Jurnal meneksi* Vol. 7, No.1
- Kuspriyono. 2018. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, ejournal.bsi.ac.id
- Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. Februari (2013) *E-Jurnal Manajemen*, vol. 2, no. 2.

- Pengaruh inovasi produk dan kualitas terhadap Keputusan Pembelian“  
Martabak Bandung”. 2018, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 3, No 1.
- Pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk, dan keunggulan  
bersaing pada (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok  
“AKAR”). 2015. Jurnal. Studi Manajemen Dan Organisasi, Vol.2 No.1
- Prenhallindo. (2002). Manajemen Pemasaran, edisi keduabelas jilid 1 dan 2.  
Jakarta: PT. Index.
- Prinsip-Prinsip Pemasaran. .(2004) Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi  
Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.  
(2005). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler dan Keller, 2014. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks,  
Jakarta.
- Kotler, Amstrong. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta
- Reventiary. 2016. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan  
pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade  
Indonesia). Jurnal Manajemen.
- Sanusi, A. (2011), Metode Penelitian Bisnis, Salemba Empat, Jakarta
- Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta :  
PT. Indeks.
- Siregar dan Syofian. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif.  
Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Research dan Development. Bandung : Alfabeta.

Swastha dan Handoko. (2011). Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen. Yogyakarta : BPF.

Tjiptono, F. 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Banyumedia Publising.

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran, edisi 3.

Wibowo, A. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *handphone* Samsung.

<https://Kompas.com>. Diakses pada tanggal 18 Mei 2020

<https://m.detik.com>. Diakses pada tanggal 4 Juli 2020.

<https://Selular.id>. Diakses pada tanggal 10 Juli 2020