

## DAFTAR PUSTAKA

- Adwiyah, e. (2019). Advances in Social Science, Education, and Humanities Research. *Boosting the Performance of Convection Creative Industry Through Supply Chain Management and Brand Image Enhancement*, Vol. 409.
- Ali, H. (2013). Dalam *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (hal. 96). Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Almira, A. (2021). International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE). *Analysis of The Influence of Product Quality, Price, Location, and Promotion on Consumer Purchase Interest in Convection (Case Study on Dira Ashesh)*, Vol. 1, No.2.
- Amstrong, K., & Keller. (2016). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Anam, M. K., & Pristiana, U. (2020). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945. *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KONVEKSI MAHKOTA GALERI SIDOARJO*.
- Angipora, M. P. (2002). Dalam *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ari, e. (2019). Journal of World Conference. *The Effect of Promotion, Quality of Products, and Prices on Purchase Decisions (Case Study on Printing Convection KAOSAN AE Surabaya)*, Vol.1 No. 1.
- Barry, R., & Jay Heizer. (2001). Dalam *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Berkowitz, E. N. (2011). Dalam *Marketing 6th*. North America: Mc Graw Hill Companies.

- Bungin, B. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- David, F. (2010). *Strategic Management 12th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrell, O. C. (2005). *Marketing Strategy, 3th Edition*. South Western, Part of The Thomas Cooperation.
- Hair, J. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Hair, J. F. (2010). Dalam *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Hiam, A., & Schewe, C. D. (1994). *The Portable MBA Marketing*. Binarupa Aksara.
- Julio, D. (2015). Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau. *Pemetaan Persepsi Merek Handphone Blackberry, Nokia.*, 3-6.
- Kasali, R. (2001). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Keegan, W. J. (2003). Dalam *Manajemen Pemasaran Global, Edisi Keenam*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. (2004). Dalam *Marketing Management, The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). Dalam *Manajemen Pemasaran Edisi 13 , Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3* (hal. 292). Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Amstrong. (2004). Dalam *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. (2010). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan, Edisi keempat, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

- Malhotra, N. K. (2016). *Marketing Research an Applied Orientation 7th Edition*. Chennai: Pearson India Education Express.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2013). *Riset Pemasaran Kontemporer ( Sumiyarto dan Rambat Lupiyoadi, Penerjamah )*. Jakarta: Salemba Empat.
- Niculescu, L. (2006). *Immunohistochemical detection of p53 protein as a prognostic indicator in prostate carcinoma. . RJME*.
- Nisak, Z. (2013). Jurnal Ekbis Vol 9 No 2. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*, 483.
- Oentoeng, I. F., & Muslih, M. (2021). International Journal of Scientific Engineering and Science. *Sustainable Marketing Governance to Drive Purchasing Decisions in Online Business*, Vol. 5.
- Rangkuti, F. (2013). Dalam *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (hal. 19). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safitra, R. (2017). Jurnal Ekonomika dan Manajemen. *Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea*, 6.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setyarko, Y. (2016). Jurnal Ekonomika dan Manajemen. *KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE*, Vol. 5 No.2.
- Simamora, B. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Sinulingga, S. (2014). *Metode Penelitian*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Bandung: CV. Alfa Beta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suharyati, & F, A. (2013). Bina Widya. *Analisis Perceptual Mapping Terhadap Produk Sepeda Motor Sport* , 151-162.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tauler, R., Walczak, B., & Brown, S. (2009). *Comprehensive Chemometrics*.
- Vredentbregt, J. (1979). *Metode dan Teknik Penelitian Dalam Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Wijaya, I. (2009). Dalam *Perilaku Organisasi* (hal. 32). Bandung: Sinar Baru.