

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Priyambodo,(2014). pengaruh kualitas produk ,harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone merek blackberry di Semarang.
- Asri Fajar Sari,(2005). pengeruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian lemari es merek LG di PT.Global Elektronik Bayumanik Semarang.
- Bagus Febrianto Redate, (2015). Pengaruh harga,kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo (study pada mahasiswa UMS)
- Bekti Setiawati, (2006). pengaruh kualitas produk danpromosi terhadap keputusan pembelian kerupuk Rambak "Dwijoyo" di Desa penanggungan kec. Pengandon kab. Kendal.
- Dr. Etta Mamang Sengadji, M., & M.Pd, D. M. (2013). *prilaku konsumen*.Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2002). strategi pemasaran. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Fari Fariandi, (2016). Pengaruh kualitas produk,harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian handphone esia (studi kasus pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ferreault, Mc Charty, (2009). pemasaran dasar. Jakarta .
- Galih Anggarisma, (2015). Pengaruh kualitas produk,harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian handphone merek Samsung (study kasus Mahasiwa Universitas Muhamadiyah Surakarta).
- Intan Suti, (2010). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian handphone Esia (studi kasus pada mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Kotler, philip. 2005. prinsip-prinsip pemasaran jilid 1. jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. (2001).prinsip-prinsip pemasaran, jilid 2,edisi ke-8,penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, (2013). Analisis pengaruh kualitas produk dan promosi pada keputusan pembelian produk handphone Nokia.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *pemasaran jasa*. Jakarta.

Luqman Iqbal Al Mubarak,(2015). kualitas produk,harga,promosi terhadap keputusan (study kasus pada konsumen wardah cosmetic di Wardah Beauty House Yogyakarta).

Mowen, J. c. (2002). *perilaku konsumen*. Bandung .

Safitri Noviyanti,(2014). pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk "Sari Roti "(study kasus mahasiswa Gunadarma).

Tjiptono, f. (2008). *strategi pemasaran*. Yogyakarta.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau