

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung. 2012. *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik Dan Sains*, Jakarta : Erlangga
- Albertus Agastya M. (2015). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 1–12.
- Alexi, M., Zulkarnain, Z., & Musfar, T. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Product Design Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 350–363.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Pendekatan Praktel*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Menejemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Cahyaningsari, D. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat menabung Di BMT Peta Trenggalek dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Tulungagung.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Firmansyah A.M. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap Dan Pemasaran* . Deepublish Publisher. Yogyakarta
- Ghozali,I. 2018. *Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Bisnis. UNDIP
- Kamal, Ibnu. 2017 “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Kredibilitas Endorser, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Specs”
- Kyswantoro, et all. 2020. Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Focallure* Berdasarkan *Review Influencer* Tasya Farasya (Studi Pada Wanita Yang Melakukan Pembelian Di Online Shop Shopee). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNISMA
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. In *Penerbit Erlangga*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In *Jakarta*.

- Kotler Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran: Edisi 13, jilid 1 Airlangga, Jakarta.
- Mulyana, Mumuh. 2016. Inisiasi VI Strategi Penetapan Harga. Menejemen Pemasaran. Universitas Terbuka
- Mujahidin, I. 2020. Pengaruh Design Produk Terhadap Kpeutusan Pembelian Melalui Citra Merek Sepatu Sepak Bola Specs di Kota Surabaya. STIE Mahardika Surabaya
- Pratiwi, et all. 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sari Ayu. Bussiner Management and Accounting National Seminar. Volume 1 383-398
- Paludi, S. Juwita R. 2021. Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Porduk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal penelitian dan Pendidikan Ekonomi. Vol. 18 p-ISSN 0216-5287, e-ISSN 2614-5839
- Santoso, S. (2013). *Statistika Ekonoi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Santoso, S. (2014). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Secapramana, H, Verina. 2001. Model Dalam Strategi Penetapan Harga. Unitas Vol.9 No. 1 , 30-34
- Soetiono.S Kusumaningstusti. Setiawan Cecep. 2018. Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taroreh, R. (2014). Promosi, Harga Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike Di Toko Akbar Ali Sport Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1381–1392. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4757>
- Tjiptono, F. (2008). Pemasaran Strategi. In *Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta*.

WULANDARI, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart.* (11671201478). Retrieved from <http://repository.uin-suska.ac.id/27250/>

