

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. N. Permatasari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Minimarket (Studi Kasus pada Pelanggan Minimarket Alfamart Tayu Wetan , Tayu , Pati , Jawa Tengah),” *J. Apl. Manaj.*, vol. 15, pp. 371–379, 2017.
- [2] F. Tjiptono, “Pemasaran Jasa--Prinsip,” *Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*, 2014.
- [3] B. S. Dharmmesta and H. Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2000.
- [4] D. Durianto, Sugiarto, and T. Sitinjak, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuisitas & Perilaku Merk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- [5] M. Teguh Afwan and S. Budi Santosa, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 8, no. 1, pp. 1–10, 2019.
- [6] E. Kosamah, R. Rusdan, and L. M. Furkan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Minimarket Alfamart Mataram Jl. Pemuda, Gomong, Kecamatan Selaparang,” *J. Ris. Pemasar.*, vol. 2, no. 1, pp. 30–39, 2023, doi: 10.29303/jrp.v2i1.2363.
- [7] I. Gede Marendra, F. tabel Kata kunci, B. Pemasaran, K. Pembelian, R. Linear

- Berganda, and U. Hipotesis, “Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret),” vol. 1, no. 3, pp. 2598–823, 2018.
- [8] A. P. Utami, “the Effects of the Marketing Mix on the Cunsumers’ Decisions To Buy At the Minimarket of Kopma of Yogyakarta State University,” *J. Pendidik. dan Ekon.*, vol. 5, no. 6, pp. 469–476, 2016.
- [9] L. Hartanto, G. P. Putra, D. N. Arinta, A. O. Enjarwati, V. R. Ramadhan, and M. D. Rahadhini, “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Cahya 99 Di Desa Gonilan Kartasura,” *J. Maneksi*, vol. 12, no. 2, pp. 339–345, 2023, doi: 10.31959/jm.v12i2.1560.
- [10] Hermansyah, D. W. Artiningsih, and M. Harnida, “Pengaruh harga dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Di Warung Makan Barokah Kotabaru,” *J. Ekon.*, 2017.
- [11] R. Novalana and wasino, “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Leora Kopi,” *J. Panor. Nusant.*, vol. Vol.18, no. Issue. 2, pp. 1–11, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/issue/view/185>.
- [12] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. 2015.
- [13] F. Tjiptono and G. Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*. 2016.
- [14] F. Tjiptono, “Pemasaran Jasa, edisi pertama,” *Malang Bayu Media Publ.*, 2005.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2017.

- [16] S. Arikunto, "Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktek." Jakarta: Rineka Cipta, TA - TT -, 2013, doi: LK - <https://worldcat.org/title/1027462433>.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- [18] P. D. Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd," *Alf. cv*, 2019.
- [19] P. D. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*, Ke-2. 2020.
- [20] S. Arikunto, *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. PT. Bina Aksara, Jakarta, 1983.
- [21] I. Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.