

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R. Seedani, S., Ahuja, M, & Paryani, S. (2015). Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior. *Social Science Research Network*, 1-11doi: 10.2139/ssrn.2666148.
- Ali, M. (2010). *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Edisi 1. Bandung: Pustaka Cendekia Utama.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Salamin, H.& Al-Hassan, E. (2016). The Impact of Pricing on Consumer Behaviour in Saudi Arabia: Al-Hassa Case Study. *European Journal of Business Management*, 8(12), 62-73. Diperoleh dari <https://www.researchgate.net/publication/301753990>.
- Cooper & Schindler (2011). *Business Research Methods*. Edisi kesebelas. New York: Penerbit McGraw-Hill Companies Inc.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi V, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Grewal, D.& Levy, M. (2014). *Marketing*. 4th Edition. New York: McGraw-Hill.

Gumilang, G. (2012,4maret). Cara Strategi menentukan Harga produk Barang dan Jasa Manajemen Pemasaran (Blogspot). Diperoleh dari galih 38e

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C.(1998). *Multivariate Data Analysis*. Edisi ke lima. New Jersey: Penerbit Prentice-Hall Ainternational, Inc.

Habibah, U.& Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 1(1), 31-48. Diperoleh dari <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEB17/article/view/635>.

Hawkins, D.I.& Mothersbaugh, D.L. (2013). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. 12th Edition. New York: McGraw-Hills.

Joshua D.& Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*. 5(1), 27-32. Diperoleh dari <https://journal.uc.ac.id/index.php/JEE/article/view/384>.

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2013). *Fashion dan Kerajinan Dominasi Industri Kreatif*, 27 Juni 2013 diakses dari

<http://kemenperin.go.id/artikel/6653/Fashion-dan-Kerajinan-Dominasi-Industri-Kreatif-pada-tanggal-19-September-2018>.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P.& Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Terjemahan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Nandiroh, & Yolamalinda. (2014). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Dharmasraya. *Journal of Economic and Economic Education*. 2(1), 28-32. Diperoleh dari <http://ejournal.stkip-pgrisumbang.ac.id/index.php/economica/article/view/214>.

Peter, J. P. & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 7th Edition. New Jersey: McGraw-Hill.

Rahmadani, W. (2015). *Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Tiga Putri Mutiara Palembang*. Tesis Administrasi Bisnis, Palembang: Program Pascasarjana Politeknik Negeri Sriwijaya.

Sa'diyah, H. (2018). Penyerapan Tenaga Kerja IKM Ditarget Tumbuh Tiga Persen, 25 Februari 2018 diakses dari

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/02/25/p4oztt383-penyerapan-tenaga-kerja-ikm-ditarget-tumbuh-tiga-persen> pada tanggal 19 September 2018.

Saladin, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Edisi 3. Bandung: CV. Linda Karya.

Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Solomon, M.R. (2015). *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. 11th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Stremersch, S. & Tellis, G. J. (2002). Strategic Bundling of Product and Prices: A New Synthesis for Marketing. *Journal of Marketing*. 66. Diperoleh dari <http://bear.warrington.ufl.edu/weitz/mar7786/articles/bundling.pdf>.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Sumarni, M.& Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Swastha, B.& Irawan. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty

Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 6th Edition. Boston: McGraw-Hill.

Zimmerman, A & Blythe, J. (2013). *Business to Business Marketing Management: A Global Perspective*. 2th Edition. London: Routledge

Zulaicha, S & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. 4(2). Diperoleh dari <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/download/76/72>.