



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ahyar, H., dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group
- Aripin & Negara. (2021). *Perilaku Bisnis : Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Deepublish
- Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap dengan teknik pengolahan data SPSS*.
- Cooper & Schindler. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. McGraw-Hill education and Salemba Empat.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi 9*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hamid M., dkk. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama*. . Sefa Bumi Persada.
- Kerin, R. A., & Hartley, S. W. (2017). *Marketing (13th ed.)*. McGraw-Hill education.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*. McGraw-Hill education.
- Kotler P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Lamb, C. W., Hair, J. ., & McDaniel, C. (2018). *MKTG: Principles of Marketing*. Cengage Learning.
- M. Anang Firmansyah, SE, M.. (2019). *Pemasaran Diferensiasi produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer behavior : building marketing strategy Fourteen Edition*. McGraw-Hill Education.
- Paramita. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif edisi 3*. Widya Grama Press.
- Silhavy. (2021). *Artificial Intelegence in Intelligent Systems*. Springer International Publishing.
- Sugianto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Tonce & Ranga (2022) *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi harga & Kualitas Diferensiasi produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab.
- Warsito, Solikhin, Farhah. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

### JURNAL

- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). *Pengaruh Inovasi Diferensiasi produk dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. Perspektif. Vol. XVI No 1 Maret 2018.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Pengujiannya tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hanifah, Hidayati, & Mutiarni. (2019). *Pengaruh Diferensiasi produk Ramah Lingkungan / Green Product dan Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian Diferensiasi produk Tupperware*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara. Vol 2 No 1 Juni 2019.

Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Diferensiasi produk Dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian Diferensiasi produk Lipstik Pixy*. Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi. Vol X No 2 November 2018.

Jamaludin, Arifin, & Hidayat. (2015). *Pengaruh Promosi online dan Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 21 No. 1 April 2015

Muharam & Soliha. (2017). *Kualitas Diferensiasi produk, Citra Merk, Persepsi harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank ke-3.

Prambudi, B & Destarini, F. (2020). *Pengaruh Diferensiasi produk dan Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Vol. 10 No 1 2020.

Irani, & Silvia. (2021). *Pengaruh Kualitas Diferensiasi produk dan Persepsi harga terhadap Keputusan Pembelian mobil bekas pada Showroom CV. 68 MOBIL MEDAN*. Skripsi. Medan : Universitas Potensi Utama.

Wariki, Mananeke, & Tawas. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015, Hal. 1073-1085.