

DAFTAR PUSTAKA

- Aina, Nor. (2017). "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kelurahan Mugirejo Kecamatan Sungai Pinang Samarinda". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.5, No. 1.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basrah Saidani, M. Aulia Rachman dan Mohamad Rizan. 2013. "Pengaruh Periklanan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol. 4, No. 2.
- Brata, Baruna Hadi. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Nitchi Di PT Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat". *Saudi Journal of Business and Management Studies*. Penerbit Beasiswa Timur Tengah ISSN 2415-6671 (Online) Dubai, Uni Emirat Arab.
- Budyanto, T. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PTCamar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (4), 488-500.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Universitas Pendidikan Ganesha.
- Hair, Joseph. (2006). *Multivariate Data Analysis Edisi 5*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama .
- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan, Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, Depok: Kharisma Putra Utama.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta: Pt. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, England: Pearson Education Limited.
- Lesmana, Adi Seno. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan, Presepsi Kemudahan, dan Reputasi terhadap minat beli Handphone pada situs layanan iklan baris online (Studi pada tokobagus.com)*. <https://eprints.uny.ac.id/17221/1/SKRIPSI.pdf>. (online). Skripsi. Universitas Negri Yogyakarta. Fakultas Ekonomi.
- Mawara, Z.R. (2013). „ Periklanan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor “, *Jurnal EMBA*, Vol. 1. No.3 Juni 2013, Hlm. 826-835.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi 1, Jakarta: Prenada Media Group.

- Nielsen. 2017. Pertumbuhan Belanja Iklan Tahun 2016 Kembali Normal. http://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/pertumbuhan_belanja-iklan-2016-kembali-normal/.
- Poluan, Jane G, dkk. 2016. Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Cola-Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*. Vol: 4, No. 3, Hal. 672
- Rawung, D.R., Oroh, S.G., dan Sumarauw, J.S.B. (2015). „Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki PT. Sinar Galesong Pratama Manado“, *Jurnal EMBA*, Vol. 3. No.3 September 2015, Hlm. 1298-1308.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syaleh, H. (2017). „Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada CV. Tjahaja Baru Bukittinggi“, *Journal Of Economy, Business, and Accounting*, Vol. 1. No. 1 Desember 2017, Hlm. 68-82.
- Terry, R.G. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Pt. Bumi Aksara.