

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Restoran KFC Cabang Khatib Sulaiman Padang*. 1–16.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Albari, & Safitri, I. (2018). *The influence of product price on consumers' purchasing decisions*. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alsa, A. (2004). *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif serta Kombinasinya dalam penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Apriliya, L. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mie Akhirat di Surabaya)*. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 237–252.
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Aryadhe, P., & Rastini, N. (2016). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 5(9), 254291.
- Asmara, C. G. (2020). *Dunia Resesi, Sri Mulyani Ungkap Skenario Terberat Ekonomi RI*. Diambil 24 September 2020, dari CNBC Indonesia website: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200414135837-4-151808/dunia-resesi-sri-mulyani-ungkap-skenario-terberat-ekonomi-ri>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Azuar Juliandi, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Das Guru, R. R., & Paulssen, M. (2020). *Customers' experienced product quality: scale development and validation*. European Journal of Marketing, 54(4), 645–670. <https://doi.org/10.1108/EJM-03-2018-0156>
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Dramesta, B. S. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Dramesta, B. S., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. JWM (Jurnal Wawasan Manajemen), 7(1), 17–32.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Journal of Theory and Applied Management, 10(1), 1–20.
- Feizal, M., & Rachmawati, I. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Sony Xperia Di Indonesia*. eProceedings of Management, 5(2), 1820–1827.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7 ed.)*. New York: Pearson.
- Handoko, T. H. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Herawati, H., Prajanti, S. D. W., & Kardoyo, K. (2019). *Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality and Price Through Purchase Motivation*. Journal of Economic Education, 8(1), 1–11.
- Juhari, J. (2018). *Perspektif Produk, Harga, Promosi, dan Merek dalam Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*. JABE (Journal of Applied Business and Economic), 4(4), 290–304.
- Julianto, P. A. (2017). *Perajin Sepatu Lokal Keluhkan Serbuan Produk Impor*.

Diambil 30 September 2020, dari Kompas.com website:
<https://money.kompas.com/read/2017/01/04/070000426/perajin.sepatu.lokal.keluhkan.serbuan.produk.impor?page=all>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
 Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.

Kumpanan, R. (2019). *Antrean Rilis Sepatu Compass x Darahkubiru yang Berakhir Ricuh*. Diambil 26 September 2020, dari Kumpanan website:
<https://kumpanan.com/millennial/antrean-rilis-sepatu-compass-x-darahkubiru-yang-berakhir-ricuh-1sRRoqePSZy>

Kumpanan, R. (2019). *Sneaker Lokal: Terus Mekar Meski Digempur Sepatu Luar*. Diambil 3 Oktober 2020, dari Kumpanan website:
<https://kumpanan.com/millennial/sneaker-lokal-terus-mekar-meski-digempur-sepatu-luar-1rwhiUSXsRp/full>

Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.

Lubis, A. A. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2).

Maarif, N. N. (2008). *The Power of Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.

Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). *Pengaruh kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond'a Flawless White*.

Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 6(2), 1–10.

Misra, R. (2007). *Material Management*. New Delhi: Excel Books.

Moffatt, M. (2018). *What Is the Distinction Between a Recession and a Depression?*

Diambil 3 Oktober 2020, dari thoughtco.com website:
<https://www.thoughtco.com/difference-between-a-recession-and-depression-1145900>

Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior (5 ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.

Muliasari, D. (2019). *The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among STIE AAS Surakarta Students*. *Internation Journal of Economic, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(4), 501–506.

Nancy, Y. (2020). *Apa Penyebab Resesi dan Bagaimana Cara Pemerintah Mengatasinya?* Diambil 3 Oktober 2020, dari Tirto.id website:
<https://tirto.id/apa-penyebab-resesi-dan-bagaimana-cara-pemerintah-mengatasinya-f2x6>

Oblak, L., Barčić, A. P., Klarič, K., Kuzman, M. K., & Grošelj, P. (2017). *Evaluation of Factors in Buying Decision Process of Furniture Consumers by Applying AHP Method*. *Drvna Industrija*, 68(1), 37–43.
<https://doi.org/10.5552/drind.2017.1625>

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (9 ed.; D. T. Dwiandani, Ed.)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Pratiwi, M. Y., & Khuzaini. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek*

- Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, 6(7), 1–19. Diambil dari <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1745/1755>
- Prawirosentono, S. (2006). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi kasus dan Analisa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). *Pengaruh kemasan dan harga pada keputusan pembelian minuman isotonik*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 13(1), 1–20.
- Rizal, J. G. (2020). *Resesi Ekonomi, Mengenal Apa Itu IMF, dan Perannya dalam Perekonomian Global*. Diambil 24 September 2020, dari Kompas.com website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/09/130500465/resesi-ekonomi-mengenal-apa-itu-imf-dan-perannya-dalam-perekonomian-global-?page=all>
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan*. JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN), 3(1).
- Sangadji, E. M., & Sopiha, M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Shifman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen (7 ed.)*. Jakarta: Indeks.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Sutanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto, S. K. (2016). *Statistika Untuk Keuangan Ekonomi dan Modern (3 ed.)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sukardi. (2014). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suwarman, U. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran (2 ed.)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis (3 ed.)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Walker, B. L. (2013). *Manajemen Pemasaran (I. Nurmawan, Ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>