

DAFTAR PUSTAKA

Amirin, & Tatang, M. (2014). Skala likert: Penggunaan dan Analisis datanya.

ANDI.

Andri Wicaksono, d. (2015). Teori Pembelajaran Bahasa (Suatu Catatan Singkat). Yogyakarta: Garudawacha.

Assauri, S (2018). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta:

PT Raja Grafindo Persada

Assauri, S (2018). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Bagus Nur Jati, Satria (2016) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Jaket Kulit di Kota Magetan”. [Online]. Diakses 27 juli 2016 dari <http://eprints.upnjatim.ac.id/199/>.

Basyar, Khoirul dan Sanaji. (2016). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAPNIAT BELI ULANG SECARA ONLINE DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Volume 8 No. 2 Februari 2016.

Daft, R.L (2010). Era Baru Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.

Djaslim Saladin. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Linda Karya

Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler & Keller, (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Jakarta: Erlangga. Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Principles of Marketing, 12th Edition. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15th Edition. Jakarta: Pearson Education, Inc.

Kurniawan, H. Yudie. (2019).

https://www.arahdestinasi.com/travelnews/read/900/perkembangan_dan_tantangan_industri_peralatan_outdoor_indonesia. Perkembangan dan Tantangan Industri Peralatan Outdoor Indonesia. . [Online]. Diakses Jumat , 03 Mei 2019 | 00:29.

Kusdyah Rachmawati, Ike, et al. (2019). PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. [Online]. Diakses Seminar Nasional Sistem Informasi 2019, 19 September 2019. Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang.

Linangkung, Erfanto. (2016).

<https://ekbis.sindonews.com/berita/1158619/34/pasar-industri-outdoor-terus-meningkat>. Pasar Industri Outdoor Terus Meningkat. [Online]. Diakses Minggu, 27 November 2016 - 20:31 WIB.

Melani, Agustina. (2019). <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3911618/omzet-bisnis-perengkapan-outdoor-masih-menjanjikan>. Omzet Bisnis Perlengkapan Outdoor Masih Menjanjikan. [Online]. Diakses 07 Mar 2019, 17:18 WIB. Priyatno, D (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: Andi Offset.

Priyatno, D. (2017). Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS. Yogyakarta:

Puri, R.R (2016) “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan

Pembelian Tiket Kereta Api Argo Parahyangan Pada Pt. Kereta Api Indonesia (PERSERO) (Studi Survei Pada Daop 2 Bandung)”. Skripsi(S1) thesis, Fakultas Ekonomi Unpas Bandung.

Rahmatulah, Berlian. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HELM MEREK KYT DI KECAMATAN BINTARA KOTA BEKASI. Vol.7. No. 3 September-Desember. Sugiyono, (2012). “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Bandung:

Alfabeta

Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2016). “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, (2011). Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer. Jakarta: CAPS

Suryana, (2010). Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Sweeney dan Sooutar. 2011. Nilai Persepsi Konsumen. Jakarta: Salemba Empat.

Terry, G R & Rue, L. W. (2016). DASAR SASAR MANAJEMEN. Jakarta: Bumi Aksara.

Tirtana, Irwan dan Shinta Permata Sari. 2014. ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING. Program studi akuntansi-FEB UMS, 25 Juni, 2014.

Virgo Dinata, Vincent, Tjong Se Fung, dan Nana Sutisna. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). VOL. 17. NO. 3.

Wijaya Evelyn, Warnadi. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI SHOPEE: DAMPAK DARI E-COMMERCE. Vol 7. No. 2, Juni 2019 (152-164).

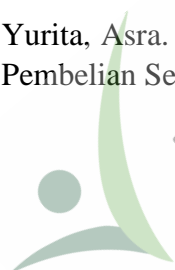
William J. Stanton dalam Sunyoto .(2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran.

Yogyakarta: CAPS.2012.

Yayah, Maria Sekolastika. (2014). “Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk CHARLES & KEITH di Kota

Depok”. [Online]. Diakses 27 Juli 2016 dari <http://library.gunadarma.ac.id/repository/view/3787732/pengaruh-harga-kualitas-produk-dan-citra-merek-terhadap-keputusan-pembelian-produk-charles-keith-di-kota-depok.html/>.

Yurita, Asra. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Di Dealer Prima Motor Pasir pengaraian.



KALBISA Institute
Transferring Minds