

DAFTAR PUSTAKA

- Ikhwanuddin, M., Isnani, G. & Kusumajanto, D. D. 2011. Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Gudang Garam. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Kedua belas, Penerbit PT. Indeks, Jakarta.
- _____ 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi Ketiga belas, Penerbit Erlangga.
- _____ 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid Dua, Edisi Ketiga belas, Penerbit Erlangga.
- Ningsih, R. A., Yuhelmi & Kamela, I. 2013. Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Sony Vaio. Padang : Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
- Saidani, B. & Ramadhan, D. R. 2013. Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC ROXY MAS). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 4, No.1 , 2013.
- Sudrajad, A. B. & Andriani, D. R. 2015. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Malang: Fakultas Pertanian, Jurusan Sosial Ekonomi Universitas Brawijaya. Jurnal Habitat Vol. 26, No.2, Agustus 2015.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta. Andi.