

## Referensi

- Achmad, Zakarija, (2008). *Theory of Planned Behavior*, Artikel Dosen Fakultas Ekonomi UMM: zakarija.staff.umm.ac.id.
- Agus, Susanto. 2013. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati. Universitas Negeri Semarang
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: *A theory of planned behavior*. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action & Control: From cognition to behavior* (pp. 116-39). Heidelberg: Springer.
- Akrani, Gaurav. 2013. 360 Degree Appraisal: Meaning and Six Parties Involved In It, online journal, India: Kaylan City Life
- Anis, Liya Monalisa. (2015). *Pengaruh kualitas produk terhadap internasional Brand Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (2015), Vol. 28, No. 2, November 2015.
- Anwar, iful. 2015. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian “Bunchbead Kota Malang”. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4, No. 12 (2015). ISSN: 2461-0593.
- Bayu, Raditya, Yulianti Lilik Noor, Krisnatuti Diah. 2019. Analysis of The Effect of Brand Image, Product Quality and After-Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smartphones. RJOAS. 8 (92): 19-32.
- Buchari Alma (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gerung, C.J.,Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221-2229
- Kotler, Philip.(1995).*Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip dan Amstrong Gary (2012), *Prinsip Prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 Jakarta :Erlangga
- Kotler Philip dan Amstrong Gary (2012), *Prinsip Prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 Jakarta :Erlangga
- Lichtenstein D.R., Ridgway N.M., Netemeyer R.G. *Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study. J. Market. Res.* (1993);30(2):234–245. [[Google Scholar](#)]
- Natalya,Lina and Cynthia Vivian *confirmatory factor analysis of the academic motivation scale (AMS)- Behavior studies in Asia* 22, no 1 (July 27,2018)
- Pamacheche, R., Chinomona, R., & Chuchu, T. (2016). *Management's Commitment, Education and Ethics on Organisational Entrepreneurship: The Case of South African Non-Profit Organisations*. *Journal of Economics and Behavioral Studies*,8(4), 133-143.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yoyakarta: Penerbit Andi.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.\
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Utami, C. W. (2017). *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Selfefficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia*. European Research Studies Journal, XX(2A), 475-495.

Wahju, W. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda Ukm Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang. *Skripsi*. Universitas Widyagama Malang.

