

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Ke). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiolah, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal) 1). *Journal Of Management*, 2(2).
- Aditya, I. (2018). Tantangan Pendidikan Kejuruan di Era Industri 4.0. [Http://Www.Krjogja.Com/Web/News/Read/57324/Tantangan-Pendidikan-Kejuruan-Di-Era-Industri-4-0](http://www.krjogja.com/web/news/read/57324/Tantangan-Pendidikan-Kejuruan-Di-Era-Industri-4-0).
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arahman, N. H., Sumampouw, H. J., & Sambul, S. A. P. (2016). Pengaruh Motivasi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Roda Dua Honda. *Administrasi Bisnis*, (3), 1–11.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asraf. (2014). Pengaruh produk, proses dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk kredit BPR Swadaya Anak Nagari dengan Faktor Sosial sebagai Variabel Moderator. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 2(3), 129–144.
- Debora, R. (2014). Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Kosumen Membeli Kosmetika Khusus Pria Merek Garnier Men (Studi Kasus di Pekan Baru. *JOM Fekon*, 1(2), 1–11.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, J. (2010). Analisis Pengambilan Keputusan Rumah Tangga dalam Membeli Produk Semen. Studi pada rumah tangga di Kota Surabaya. *Wacana*, 13(1), 70–83.
- Hair, dkk. (2010). *Multivariate Data Analisis (7th edition)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Iskandar, N. (2004). *Identifikasi Faktor-faktor yang amempengaruhi Siswa SMK Memilih Program Keahlian Teknik Mesin*. *Journal of Mechanical Engineering Education* (Vol. 3).
- Ismajli, A., Kajtazi, S., & Fejza, E. (2013). The Impact of Promotional Activities on Purchase Decision Making : “ a Case Study of Brands Bonita and Rugove - Water Bottled Producers””. *European Scientific Journal*, 9(13), 465–474.
- Istifarani, F. (2016). Pengaruh Dukungan Keluarga Terhadap Pengambilan Keputusan

- Karir Siswa Kelas X di SMK Negeri 1 Depok. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Edisi 4 Tahun Ke- 5 2016*, 4(5).
- Kismono, G. (2001). *Pengantar Bisnis* (Edisi Pert). Yogyakarta: BPFE.
- Komputer, T. L. W. (2017). *Ragam Model Penelitian & Pengolahannya dengan SPSS*. (Giovany, Ed.) (Edisi I). Semarang: ANDI Offset.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Ketiga bel). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, G. W., Idrus, S., & Djazuli, A. (2013). The Influence of Hedonic Shopping Motivations on Buying Decision with Gender as Dummy Variable: (A Study on Consumers at the Hardy's Mall Singaraja, Buleleng Regency, Indonesia). *European Journal of Business and Management*, 5(31), 241–246. Retrieved from <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/9494/9686>
- Lasriza, T., & Arief, S. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa dalam pengambilan keputusan memilih jurusan akuntansi kelas x di SMK N 1 Demak. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, X(1), 88–103.
- Liantifa, M. (2015). Peran Keluarga dan Motivasi Sebagai Pemoderasi pada Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan SMK Humaniora Kerinci. *E-Jurnal Bung Hatta*, 8(2).
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi Kedu). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Maholtra, K. (1993). *Marketing Reseach And Applied orientation*. (Second Edi). New Jersey: International Inc.
- Mamuaya, N. C. (2016). The Effect of Situational Faktors and Product on Consumer Buying Decision in Hipermart at Manado City. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(1), 132–170.
- Nasution. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nour, M. I., Almahirah, M. S., Said, S. "Mohammed, & Freihat, S. (2012). The Impact of Promotional Mix Elements on Brand Equity. *American Journal of Scientific Reseach*, 43(43), 5–15. <https://doi.org/10.3968/4800>
- Nunnally, J.C., 1978. *Psychometric Theory*. New York : McGraw Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Service Its Quality and Implications for Future Research. *Research Paper*, 49(4), 41–50. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)

- Patma, I. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PT . Daya Anugrah Mandiri. *EJournal Administrasi Bisnis*, 1(4), 384–394.
- Pena, M. M., da Silva, E. M. S., Tronchin, D. M. R., & Melleiro, M. M. (2013). The use of the quality model of parasuraman, zeithaml and berry in health services. *Revista Da Escola de Enfermagem*, 47(5), 1227–1232. <https://doi.org/10.1590/S0080-623420130000500030>
- Rangkuti, F. (2002). *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, B. (2016). Persepsi dan Motivasi Mahasiswa dalam Memilih Program Studi pada Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni. *Jurnal Pesona*, 2(1), 138–148.
- Santoso, J. T. B. (2014). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Siswa SMP N di Kota Semarang Memilih SMK. *Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, IX(1), 1–20.
- Saputra, D. M., & Suprihhadi, H. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Aneka Regalindo di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(10), 1–21.
- Sari, A. I. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry. Pada Mahasiswa STIE Harapan Medan. *E-Maksi Harapan*.
- Sari, A. K. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 285–296.
- Sciffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. (Z. Kasip, Ed.) (Edisi Ketu). Jakarta: PT. Ideks.
- Sefnedi. (2013). Analisis Service Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Pendidikan Program Pascasarjana. *Jurnal Apresiasi Ekonomi* Vol. 1 No. 2 Hal. 64-73.
- Sekaran, U. (2009). *Metode Penelitian Bisnis* (Buku 1). Salemba Empat.
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1).
- Soediono, W. (2016). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap terhadap keputusan pembelian kembali smartphone. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 109–112.
- Stanton, W. J., Etzer, M. J., & Walker, B. J. (1991). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D*.

Bandung: Alfabeta.

- Suliyanto. (2011). *Ekometrika Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*. (S. Suyantoro, Ed.) (I). Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan Pe). Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Supranto, J. (2004). *Analisis Multivariat : Arti dan Interpretasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Syifa, S. (2014). Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kosmetika Khusus Pria. *JOM*, 1(2), 1–15.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2005). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Towoliu, J. E. ., & Tumbuan, W. J. F. . (2017). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian di rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 308–322.
- Tunida, Y. (2016). Analisis Bauran Pemasaran Jasa dan Pengaruhnya terhadap Memilih Lembaga Kursus di Simpang EmpatnKabupaten Pasan Barat. *Ejurnal.Bunghatta*, 8(2).
- Uno, H. B. (2007). *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wati, T. D. (2015). Analisis Pengaruh Faktor Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah SMK Di Kota Palangka Raya, *III*(September 2014), 95–111.
- Wulandari, W. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian pada Waserda UKM Mart Koperasi Widyagama Malang. *Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 45–62.
- Yakti, A. (2017). Dorong Industri 4.0, Menperin : Pendidikan Jadi Kunci Utama. <https://Bisnis.Tempo.Co/Read/1045992/Dorong-Industri-4-0-Menperin-Pendidikan-Jadi-Kunci-Utama>.
- Yenida. (2013). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Adm. Niaga POLITEKNIK NEGERI PADANG. *Polibisnis*, 5(2), 31–46.
- Yulianda, S., & Handayani, T. (2015). The Effect of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology - Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), 203–208. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n5s5p203>