

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2011). Prosedur Penelitian Suatu Pedekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto.(2013).Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Loyalitas Konsumen *Handphone* Samsung Di Semarang.Skripsi.Semarang.Universitas Dian Nuswantoro
- Eka Putri Zahro. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung. Skripsi: STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
- Fahmi, Irham. (2016).Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. Bandung : Alfabeta.
- Kaihatu, T. S. (2014). *MANAJEMEN PENGEMASAN*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Molan, Benyamin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Resmi, Nanda, & Wismiarsi, Tri. (2015). pengaruh kemasan dan harga pada keputusan pembelian minuman isotonik. *Manajemen dan Bisnis* , 5-6.
- Resmi, Nanda; Wismiarsi, Tri;. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Manajemen dan Bisnis*, 3.
- Riadi, M. (2014, Maret 07). *Keputusan Pembelian*. Retrieved Juni 07, 2019, from Kajian Pustaka: www.KajianPustaka.com
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sumber <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/08/pengertian-kemasan-menurut-para-ahli-fungsi-tujuan-jenis-kemasan.html>, diakses pada 03 Juni 2019, pukul 12.00 WIB.

Sumber <https://www.academia.edu/19186332/BAB-II-Kajian-Pustaka-Asli>, diakses pada 12 Juni 2019, Pukul 13.14 WIB

Tim Penyusun. (2016). Panduan Penulisan Skripsi STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung. STIE M Pringsewu: Lampung

Tjiptono, Frendy. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Wahyono, Budi. (2012, Oktober 22). Pendidikan Ekonomi. *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen*, p. 12.

Wayan, M. I. (2011, Agustus 12). Kemasan Produk. *Peranan Desain Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran*, p. 73.