

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, B. E. (2015). Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial Vol. VI No. 2.*, 56-72.
- Alkadrie, S. A. (2020). Analisis Promotion Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Kacamata Toko Optik Nasional Tanjung Hulu Pontianak Timur. *JES (Jurnal Ekonomi STIEP) Vol. 5 No.1.*, 56-63.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis Vol. 2 No. 1.*, 71-87.
- Arikunto, S. (2006). *Dasar-Dasar Evaluasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Atmoko, T. P. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavitel Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation Vol. 1, No. 2.*, 83-96.
- Faroh, W. N. (2017). Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Ilmiah* , 3-24.
- Fu'ad, E. N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 56-67.
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan* , 45-55.
- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* , 80-101.
- Indra Akbar Pratama, S. P. (2018). Sistem Informasi Geografis Lokasi Perumahan Di Kabupaten Tasikmalaya Berbasis Web. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Informatika*, 51-60.
- Kamaruddin. (2017). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. *Laa Maisyir Vol. 4 No. 1.*, 82-96.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis , Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jilid I Jakarta: Pt Prenhallindo.
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia . *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 510-524.

- M.Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasibauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim Vol. 1 No. 2.*, 299-318.
- Makmur, S. &. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.3 No.1.*, 41-56.
- Menkes, R.I. (2002). *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1424/Menkes/SK/XI/2002 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Optikal*. Jakarta: Departemen Kesehatan.
- Menkes, R. I. (2016). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Optikal*. Jakarta: Departemen Kesehatan.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kesehatan ed(4)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Novida, E., & Sunandar, H. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Produk Lensa Kacamata Menggunakan Metode Promethee II. *Jurnal Pelita Informatika Vol. 6 No. 3.*, 325-332.
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Pujihastut, I. (2010). Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian. *CEFARS : Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah Vol. 2 No. 1.*, 43-56.
- Putra, Z. F., Sholeh, M., & Widyastuti, N. (2014). Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Script. Vol. 02 No. 01*.
- Putri, S. L., & Bupef, F. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Pada Cv. Optik Minang Padang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas Vol. 20 No. 1.*, 131-135.
- Ritonga, N., Hasibuan, M. I., & Harahap, J. M. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Suzuya Plaza Rantauprapat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18-24.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualita Produk, Harga, PromosiI Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang, Vol 8, No 2.*, 92-121.
- Sari, M., Yulianti, F., & Vitria, A. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Optik Berkah Utama Mastapura.
- Setiawan, A. G. (2015). Hubungan Antara Tingkat Pengetahuan Pengusaha Optik Tentang Persyaratan Perijinan Pendirianoptik Menurut Kepmenkes/1424/Sk/Xi/2002 Dengan Kelayakan Penyelenggaraan Optik Di Purwakarta Tahun 2015. *Jurnal Sehat Masada Vol. XI No. 1.*, 39-48.

- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online . *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 193-205.
- Suatma, J. (2013). Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang. *Jurnal Stie Semarang*, Vol. 5 No 2., 19-35.
- Sugiyono. (2011). Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&DN).
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. *Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu. Dalam 1(2)*, 47-71.
- Syofian, S., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web. *Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta.*, 1-8.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29 No.1, 59-66.
- Wijayanti. (2014). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: Third Edition. Pt. Elex Media Komputindo.