

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (Edisi Pert). Pustaka Setia.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, *161*, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *6*(9), 17.
- Duluhalang, R., Saman, S., & Tamsil. (2020). Analisis Audit Manajemen Atas Fungsi Pemasaran Pada PT. PLN (Persero) Ulp Namrole Kabupaten Buru Selatan. *Jurnal Nusamba*, *01*(04), 123–132.
- Edbert, S., Tumbel, A., & Tumbuan, W. A. (2014). Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, *2*(3), 1035–1044.
- Efendi, A. F., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Sepatu Nike. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, *7*(6), 37–50. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/1233/1238>
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*. 1–9. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, *10*(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Kenneth, & Donald. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, And Marketing Communication*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (4th Editio). Prentice Hall Published.
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*.

Penerbit Salemba Empat. Jakarta

- Kuncoro, P. M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* (Edisi 4). Erlangga.
- Lembang, R. D. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi SI Reguler II Universitas Diponegoro)*.
- Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 511–520. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36372>
- Nurulloh, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Ayam Nyungsep Malang*. Universitas Islam Negeri.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Pratama Yudha, S. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(09), 77–90.
- Ria, R., & Yuliawati, Y. (2018). Hubungan Harga, Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lingkungan Dengan Keputusan Pembelian Susu Segar Di Kecamatan Sidorejo, Salatiga, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 195. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i3.4917>
- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2020). Pengaruh promosi , kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi Snobby di kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core It*, x, 95–106.
- Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th Editi). Pearson Education Limited.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi

- Sunyoto, Danang. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono F., Diana A., (2020), *Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra (2020) *Pemasaran Strategik: Domain, Determinan, Dinamika (Edisi 4)* Penerbit Andi Yogyakarta
- Umami, R. (2018). Pengaruh Nilai Tukar, Suku Bunga, Dan Inflasi Terhadap Harga Saham Di Suatu Perusahaan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 85–89. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v5i2.6658>
- Wibowo, S. F., Samista, I., & Murti, A. K. (2013). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil bekas (survey pada konsumen melaju raya risky motor di wilayah bekasi timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 4, No(8), 184–200.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa (Edisi 1)*. PT Indeks.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPlus 2.0*. UPP STIM YKPN.