

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Armstrong and P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo, 2005.
- [2] A. Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 2011.
- [3] A. Maria, "Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Garong Gung Tulungagung," *Jurnal STKIP Tulungagung*, vol. 3, no. 2, p. 34, 2018.
- [4] S. Mulyana, "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online pada Shopee di Pekanbaru," *Jurnal Daya Saing*, vol. 7, no. 2, p. 193, June 2021.
- [5] J. B. Bancin, *Citra Merek dan Word of Mouth (Perannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021.
- [6] Indonesia, KK, "Natesh," *KK Indonesia*, January 2021. [Online]. Available: <http://kknatesh.com/>. [Accessed 13 July 2022].
- [7] I. Miati, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)," *Jurnal Abiwara*, vol. 1, no. 2, p. 78, March 2020.
- [8] H. Maupa, N. Kadir and S. , "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar," *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*, vol. 16, no. 2, p. 163, 2 October 2019.
- [9] D. J. Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: CV. Alfabeta, 2017.

- [10] D. P. Njoto and K. B. Sienatra, "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 3, no. 5, p. 617, December 2018.
- [11] A. F. Yanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Seluler Indosat," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 13, no. 1, p. 37, 2018.
- [12] N. W. Rapini, "Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Merek "Charm" (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar)," *Repository Universitas Ngurah Rai*, 29 June 2020. [Online]. Available: <http://repo.unr.ac.id/216/>. [Accessed 1 June 2022].
- [13] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 ed., Jakarta: Erlangga, 2009.
- [14] W. J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 7 ed., Jakarta: Erlangga, 2001.
- [15] F. Yulianti, L. and P. , *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- [16] M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 79-94, 2018.
- [17] K. Kurniawan, "Projasa Web," *Manajemen Pemasaran*, 28 September 2020. [Online]. Available: <https://projasaweb.com/pengertian-manajemen-pemasaran/>. [Accessed 10 May 2021].
- [18] R. Mifta, "BRIL!O.NET," *Pengertian Manajemen Pemasaran*, 20 April 2020. [Online]. Available: <https://www.brilio.net/serius/17-pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli-jelas-dan-lengkap-200420t.html>. [Accessed 10 May 2021].

- [19] Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarwan University Press, 2016.
- [20] S. Danang, *Strategi Pemasaran*, 1 ed., Yogyakarta: PT Buku Seru, 2015.
- [21] B. G. H. Wicaksana and D. A. Zuliestina, "Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Paradigma*, vol. 20, no. 2, p. 36, January 2019.
- [22] M. F. Tengku, *Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- [23] D. N. Pane, "Analisis Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda)," *Jurnal Manajemen Tools*, vol. 9, no. 1, p. 14, July 2018.
- [24] D. Gea and S. , "Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek pada PT. BERNOFARM," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, vol. 16, no. 1, pp. 57-67, January 2021.
- [25] Si Manis, "Pelajaran.co.id," *Pengertian Keputusan Pembelian Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen*, 2 June 2020. [Online]. Available: <https://www.pelajaran.co.id/2020/02/pengertian-keputusan-pembelian.html>. [Accessed 10 May 2021].
- [26] M. Deisy, J. Lapien and Y. Mandagie, "Analisis Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 4, p. 2290, September 2018.
- [27] M. Rizqillah and P. H. Kurniawan, "Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby di Kota Batam," *Jurnal Ilmiah Core IT*, vol. 8, no. 1, pp. 95-106, 2020.

- [28] Tjiptono, F., *Strategi Pemasaran*, 3 ed., Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.
- [29] G. J. Sianipar, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart," *Jurnal Ilmiah Simantek*, vol. 3, no. 1, p. 2, February 2019.
- [30] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemasaran*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019.
- [31] C. Siadari, "Pengertian Harga Menurut Para Ahli," *Kumpulan Pengertian*, December 2020. [Online]. Available: <http://www.kumpulanpengertian.com/2020/12/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>. [Accessed 14 May 2021].
- [32] S. Nurhayati, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta," *JBMA*, vol. 4, no. 2, pp. 60-69, September 2017.
- [33] S. L. Nasution, C. H. Limbong and D. A. R. Nasution, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shoppe," *Jurnal Ecobisma*, vol. 7, no. 1, pp. 43-53, 2020.
- [34] Rita, "Brand Image," *Binus University Business School*, 27 March 2018. [Online]. Available: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>. [Accessed 21 November 2021].
- [35] A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [36] J. Ambadar, M. Abidin and Y. Isa, *Mengelola Merek*, Jakarta Selatan: Yayasan Bina Karya Mandiri, 2007.

- [37] S. Amilia and M. O. A. Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, vol. 6, no. 1, pp. 660-669, October 2017.
- [38] A. Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- [39] S. L. Mandey, V. Senggetang and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado," *Jurnal Emba*, vol. 7, no. 1, pp. 881-890, January 2019.
- [40] S. Y. Siregar, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Instan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara," 8 June 2018. [Online]. Available: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/7128>. [Accessed 3 March 2022].
- [41] A. Abdillah, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi)," 10 July 2020. [Online]. Available: <http://repository.uinjambi.ac.id/3633/>. [Accessed 3 March 2022].
- [42] S. Marlina, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta)," 15 September 2020. [Online]. Available: <http://repository.stei.ac.id/3247/>. [Accessed 3 March 2022].
- [43] W. F. Hendrawan, "Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Piaggio di Kecamatan Medan Marelan," 20 July 2020. [Online]. Available: <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/5221/Pengaruh%20>

Harga%20Citra%20Merek%20Dan%20Promosi%20Terhadap%20Keputusan  
%20Pembelian%20Sepeda%20Motor%20Piaggio%20Di%20Kecamatan%20  
Medan%20Marelan.pdf;jsessionid=764153024350326A5FD864118D6511FE  
?. [Accessed 3 March 2022].

- [44] S. Arfi, "Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Starbucks (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)," 5 January 2019. [Online]. Available: <http://eprints.ums.ac.id/71998/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>. [Accessed 3 March 2022].
- [45] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- [46] I. V. Fernanda, "Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Risiko terhadap Niat Pembelian Produk Toko Indomaret di Surabaya," 3 May 2016. [Online]. Available: <http://eprints.perbanas.ac.id/48/>. [Accessed 3 March 2022].
- [47] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 4 ed., Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- [48] H. Al Rasyid and A. T. Indah, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan," *Perspektif*, vol. 16, no. 1, pp. 39-49, March 2018.
- [49] S. K. Laurens, O. Walangitan and J. Kalangi, "Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario pada PT. Tridjaya Motor Manado," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 1, p. 30, 2019.
- [50] O. Yustiawan, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 2, p. 4, February 2016.

- [51] L. Hakim and R. Saragih, "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UD. Bareleng Tani Jaya Batam," *Jurnal Ecobisma*, vol. 6 , no. 2, p. 41, 2019.
- [52] Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan (Research & Development)*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- [53] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- [54] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- [55] W. Muharam and E. Soliha, "Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio," July 2017. [Online]. Available: <https://www.neliti.com/publications/172666/kualitas-produk-citra-merek-persepsi-harga-dan-keputusan-pembelian-konsumen-hond>. [Accessed 3 March 2022].
- [56] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [57] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 8 ed., Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [58] Indonesia, KK ;, *KK Indonesia*, 2021. [Online]. Available: <https://www.kkindonesia.com/company/vision-mission>. [Accessed 3 April 2022].
- [59] Meiryani, "Memahami Nilai Standard Deviation (Standar DeviasiI) dalam Penelitian Ilmiah," *Bina Nusantara*, 12 August 2021. [Online]. Available: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-nilai-standard-deviation-standar-deviasi-dalam-penelitian-ilmiah/>. [Accessed 11 May 2022].

- [60] Gozali and Imam, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 19*, 8 ed., Semarang: Universitas Dipenogoro, 2016.
- [61] Khumairo, N. Lukiana and K. T. Kasim, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang," *Progress Conference*, vol. 1, no. 1, p. 268, August 2018.
- [62] F. Tjiptono, *Brand Management & Strategy*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005.
- [63] M. S. Tolan, F. A. Pelleng and A. Y. Punuindoong, "Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)," *Productivity*, vol. 2, no. 5, p. 362, 2021.
- [64] D. Maksudah, "Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Charm (Studi Kasus pada Santri Pondok Pesantren Miftahul Mubtadiin Putri Krempyang Tanjunganom Nganjuk)," *ETHESES IAIN Kediri*, 28 April 2016. [Online]. Available: <http://etheses.iainkediri.ac.id/499/>. [Accessed 1 June 2022].

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL