

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2021). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Anshari, M., & Tarigan, E. D. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nivea (Studi Kasus Kelurahan Babura Medan Sunggal). *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*, 7(1), 13-17.
- Assauri. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Depok: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Buchari, A. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Daryanto. (2021). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update (7 ed.)*. Semarang: 2013.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, F., & Rahmani, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 9(3), 862-876. doi:<https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.43668>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Jaiz. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jaya, I. M. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (2 ed.)*. Yogyakarta: Quadrant.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kotler, & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15 ed.)*. Eangland: Pearson Education Limited.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing (16 ed.)*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Mulyani, S., & Septiani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Deodorant Casablanca Masyarakat Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal of Ensiklopedia*, 1(1), 248-256. doi:<https://doi.org/10.33559/eoj.v1i1.70>
- Ngatno, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Ef Press Digimedia.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rukmini, Wibowo, M. R., & Murniyanti, S. (2021). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Desa Denai Kuala Pantai Labu Deli Serdang. *Jurnal AKMAMI*, 2(3), 552-562. doi:<https://doi.org/10.53695/ja.v2i3.440>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, V. N. (2022). judul Pengaruh Persepsi Konsumen, Testimoni, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Bioaqua Di Karensidenan Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akutansi*, 4.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: 2015.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method)* (2 ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thariq, M. (2021). *Periklanan dan Manajemen Media*. Medan: UMSU Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (4 ed.). Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trisnowati, J., & Sari, R. D. (2021). Kajian Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Merek Oriflame Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 6(2), 264-271. doi:<https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1082>
- Ulfah, M., & Wadhana, A. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 102-111. doi:<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Yuliarmi, N. N., & Marhaeni. (2019). *Metode Riset*. Denpasar: CV Sastra Utama.