

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, E. N., & Andjarwati, A. L. (2020). *Jurnal Bisnis dan Manajemen. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, 8, 17-27.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasioanal.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute (Global RCI).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Halawa, D. A., & Dewi, L. K. (2019). *Jurnal Manajemen dan Bisnis. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk di Kabupaten Bandung*, 1(1), 1-6.
- Hariyanto, & Rudy. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Kadur Pemakasan: Duta Media Publishing.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). *Progress Coference. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang*, 2, 557-563.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2018). *Pengaruh Harga dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa STIE "KBP" Padang*, 8.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi Millienium, Terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, Nanda, & P. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran edisi I*. Bandung: CV Alfabeta.
- Merduani, B., Vitratin, & Rianti. (2018). *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian. Brand Image dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gidi Pepsodent*, 8-18.

- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mursidi, A., Zulfahita, Setyowaty, R., & Dkk. (2020). *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- P, K., & G, A. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Vol VIII*. Jakarta: Erlangga.
- Purba, M. L., & Tambunan, E. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Wash Merek Detotol Pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hillir Lingkungan VIII. *Mutiara Manajemen*, 3 No. 1, 235-242.
- Purnoma, E., & Suhendra, E. S. (2020). Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis. *Analisis Masa Kerja dan Promosi Terhadap Kinerja Karyawan BPJS Ketenagakerjaan*, 5 No 1, 32-43.
- Rachmayanti, I., & Ady, S. U. (2018). Jurnal Bisnis dan Manajemen. *Kualitas Produk Sebagai Variabel Pemicu Utama Keputusan Pembelian Susu Formula SGM Eksplora di Kota Surabaya*, 2, 29-43.
- Sari, A. P. (2020). *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sawlani, D. D. (2021). *Digital Marketing: Brand Image*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Jurnal EMBA. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10*, 320. Retrieved 2022
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Supardi, S., & Surahman. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Trans Info Media.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wahyuni, N., Asfar, A. M., Asfar, A. M., & Fitriani, A. (2020). *Panduan Pendirian Usaha Minyak Bangle dan Balsem Bangle*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.

Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Madza Media.

Wangsa, I. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. K., & Dana, I. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word Of Mouth Dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Jawa Tengah: Lakeisha.

William, S. J. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid II Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.

Yunita, T. I., & Rukmini. (2021). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Masyarakat Desa Denai Kecamatan Labu Deli Serdang. *Jurpem*, 01.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL