

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono, J., & Prabantini, D. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis / oleh Willy Abdillah, Dr., M.Sc. & Prof. Dr. Jogiyanto Hartono, MBA | OPAC Perpustakaan Nasional RI. Andi Offset.* <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1171560>
- Abdullah, Willy, & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis / Willy Abdillah, Jogiyanto Hartono ; editor: Dwi Prabantini | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (D. Prabantini, Ed.; 1st ed.). Andi.* <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13102>
- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., Nujiyatillah, S., Manajemen, M. S., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/JMPIS.V3I1.876>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. http://perpus.plb.ac.id/index.php?p=show_detail&id=34729&keywords=
- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). View of Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213/160>
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII - Ely Arinawati, S.Pd. dan Badrus Suryadi, S.Pd.,M.M. - Google Buku*. <https://books.google.co.id/books?id=KP0WEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi* (Cetakan ke-15). Rajawali Perss.
- Astuti, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran - Google Books*. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Manajemen_Pemasaran/baT

XDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran+menurut+astuti&printsec=frontcover

Astuti, M., & Matondang, N. (2020, November). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media - Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM, Nurhafifah Matondang, S.Kom., M.M., M.Ti. - Google Buku*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=mUkQEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Ayu Lestary, D., Munir Rachman, M., Susilo Wibowo, T., & PGRI Adi Buana Surabaya, U. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI HELM BOGO (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIPA SURABAYA). *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.

Birkland, T. A. (2016). *An introduction to the policy process : theories, concepts, and models of public policy making* (Fourth). Routledge.

Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *EBOOK : Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, 18th edition*. Harlow: Pearson Education. [//opac.lib.inaba.ac.id/index.php?show_detail%26id%3D1777%26keywords%3D](https://opac.lib.inaba.ac.id/index.php?show_detail%26id%3D1777%26keywords%3D)

Cravens, D. W., & Piercy, Nigel. (2013). *Strategic marketing*. McGraw-Hill. https://books.google.com/books/about/Strategic_Marketing.html?hl=id&id=UycspwAACAAJ

Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN 212 MART CONDET BATU AMPAR. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 10(1). <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis58>

Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/JADBIS.V7I4.2862>

Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek* (Cetakan ke-10). Pt Gramedia Pustaka Utama.

- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen* .
- Firmansyah, M. A. (2019a). *PEMASARAN (dasar dan konsep)*.
<https://www.researchgate.net/publication/334057497>
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Qiara Media, Ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Fitria, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual* (Cetakan Pertama). Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit.
https://www.researchgate.net/publication/301199668_Aplikasi_Analisis_Multivariate_SPSS_23
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris, 3/E.* (3rd ed.). Badan Penerbit Undip.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/166531/slug/partial-least-squares-konsep-teknik-dan-aplikasi-menggunakan-program-smartpls-3-2-9-untuk-penelitian-empiris-3-e-.html>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). (PDF) *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Warppls 4.0*. Universitas Diponegoro.
https://www.researchgate.net/publication/289674660_Partial_Least_Squares_Konsep_Metode_dan_Aplikasi_Menggunakan_Program_WARPPLS_40
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Preview: Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.).
<https://onesearch.id/Record/IOS3107.UMS:57482/Preview>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1).
- Gunawan, R., & Arianty, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen umkm ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau*.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15533>

- Hair, J. F. J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications Inc.
- Handayani, R. (2020). *METODOLOGI Sosial, Penelitian* (1st ed.). Trussmedia Grafika.
- Harjadi, D., & Arrarniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania. <https://books.google.co.id/books?id=Kb5IEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Haryono, Siswoyo. H. (2016). *Metode SEM untuk penelitian manajemen AMOS LISREL PLS* (Cetakan pertama). Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hery Purnomo, second, Kusuma Hadi Soejoko, D., & Fatimatus Syahroq, K. (2021). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 18(1), 137–150. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v18i1.137>
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *ECo-Buss*, 2(1), 16–29. <https://doi.org/10.32877/EB.V2I1.95>
- Hutri, E. D., Yuliviona, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi kasus pada pengguna sepeda motor di kota Padang). *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 20(2), 1–2. <https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/20165>
- Indasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan - Dr. Meithiana Indrasari - Google Buku*. Unitomo Press. https://books.google.co.id/books/about/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.html?hl=id&id=PYfCDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Indra Kusuma, E., Surya, J., Suhendra, I., & Sultan Ageng Tirtayasa, U. (2017). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN PENGETAHUAN

LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada member Tupperware di Kota Rangkasbitung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*. www.menlh.go.id

Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/722>

Keegan, Warren. J., & Green, M. C. (2016). *Global Marketing* (9th ed.). Pearson Education.

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Wibi Hardani, Eds.; 13 ind JKPNPNA). Erlangga.

Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., Keller, K. L., & Tan, C. T. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective, 7th edition*. Pearson .

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing* (12th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing 17th edition* (L. Albelli, Ed.; 17th ed.). Pearson Education Limited 2018.

Kotler, P., Bowen, J. (John T.), & Makens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). Pearson Education.

Kotler, Philip & Keller, & Lane, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid Dua). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (1st ed.). Mirra Buana Media .

Laksana, F. M. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran* (Cetakan pertama). Khalifah Mediatama bekerjasama dengan CV. Al Fath Zumar.

Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2019). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi dalam bisnis di Indonesia / H. Nandan Limakrisna, Togi Parulian Purba |*

Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (3rd, cetakan 1 ed.). Mitra Wacana Mefdia . <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=26977>

Martínez, E., & Pina, J. M. (2010). Consumer responses to brand extensions: A comprehensive model. *European Journal of Marketing*, 44(7), 1182–1205. <https://doi.org/10.1108/03090561011047580/FULL/HTML>

Mega Puspita, C., & Budiarmo, A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.

Morissan. (2015). *Metode penelitian survei* (A. C. Wardhani & F. H. U, Eds.; Cetakan ke-3). Kencana. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=14705>

Musfar, T. F. (2020). *manajemen pemasaran : bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE). *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 2021.

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ECOBIV7I1.1528>

Nisa, I. (2021). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Pada Perilaku Kasus Pembelian Kerudung Syar'i Instan oleh Masyarakat di Tulungagung)*.

Notoatmodjo, S. (2018). Metodologi penelitian kesehatan. In *PT. Rineka Cipta*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1208446>

- Prabowo, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Mediasi pada Produk Mie Gacoan di Jabodetabek* - REPOSITORY UPJ. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6510/>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial / Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP | OPAC Perpustakaan Nasional RI*. (Cetakan-1). Pustaka Setia. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1128798>
- Purwadinata, S., & Batilmurik, R. W. (2020). *PENGANTAR ILMU EKONOMI Kajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*. Literasi Nusantara. www.penerbitlitnus.co.id
- Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/JIAB.2020.28079>
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Rahmawati, M., & Jalari, M. (2022). “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” . *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa pemerintah - Google Books* (Z. Simatur, Ed.). Visi Media. https://www.google.co.id/books/edition/Bacaan_Wajib_Para_Praktisi_Pengadaan_Bar/GaUPBAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). *Manajemen / Stephen P. Robbins, Mary Coulter ; alih bahasa, Bob Sabran, Devri Barnadi Putera ; editor, Adi Maulana | OPAC Perpustakaan Nasional RI*. (A. Maulana, Ed.; Jilid 2 Edisi 13). Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1348300>
- Ryu, S. (2020). Online luxury goods with price discount or onsite luxury goods with luxury services: Role of situation-specific thinking styles and socio-demographics. In *Journal of Retailing and Consumer Services* (Vol. 57). Pergamon. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2020.102253>

- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DALAM MEWUJUDKAN LOYALITAS MEREK PRODUK AQUA. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
<https://doi.org/10.25134/IJSM.V1I1.839>
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. ANDI.
<https://onesearch.id/Author/Home?author=Etta+Mamang+Sangadji>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Andi.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). *Perilaku Konsumen*, 406.
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERHIASAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MANADO UTARA. *Jurnal EMBA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Sarwono, J., Narimawati, U., & Prabawati, A. (2015). *Membuat skripsi, tesis, dan disertasi dengan partial least square SEM (PLS-SEM) / Jonathan Sarwono, Umi Narimawati ; editor, Th. Arie Prabawati | OPAC Perpustakaan Nasional RI*.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1174154>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen / Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. USA : Pearson prentice hall. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=18869>
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi - Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M* (Cetakan ke-5). Kencana Prenada Media Group.
<https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori - Nora Anisa Br. Sinulingga, SE., MM, Dr. Hengki Tamando Sihotang, M.Kom - Google Buku*. IOCS.

https://books.google.co.id/books/about/Perilaku_Konsumen.html?id=g646EAAAQBAJ&redir_esc=y

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

Solimun, A. A. Ri. F., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM ... - Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandes, Nurjannah - Google Buku.* UB Press. https://books.google.co.id/books/about/Metode_Statistika_Multivariat_Pemodelan.html?id=GrRVDwAAQBAJ&redir_esc=y

Sudarsono, H. (2022). *Manajemen Pemasaran.* CV. PUSTAKA ABADI. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/Z-fWDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. In *Alfabeta.* <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>

Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta* (Cetakan ke-3). Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971>

Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis ekonomi. In *Putaska Baru* (Cetakan pertama). Putaka Baru. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1072785>

Sumarwan, U., & Fandy, T. (2018). *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen.* IPB Press.

Sunyoto, D. (2013). *Metodologi penelitian akuntansi.* Refika Aditama.

Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam - Supriadi, S.E.I., M.E.I - Google Buku.* Guepedia. https://books.google.co.id/books/about/Konsep_Harga_Dalam_Ekonomi_Islam.html?id=ftV5DwAAQBAJ&redir_esc=y

- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Susilo, B. (2018). EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND SERVICE ON CONSUMER LOYALTY (Study on Consumers in Indomaret Pedurungan District Semarang). *Journal of Management*.
https://www.academia.edu/98126424/EFFECT_OF_PRICE_PROMOTION_AND_SERVICE_ON_CONSUMER_LOYALTY_Study_on_Consumers_in_Indomaret_Pedurungan_District_Semarang
- Thompson, A. A. (2017). *Crafting and executing strategy : the quest for competitive advantage : concepts and cases. 21th Ed* (21st ed.). McGraw- Hill Education.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian* . Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service quality and satisfaction - 2016*. CV. Andi.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/205209/service-quality-and-satisfaction>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip, dan Penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F; Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing. In *Andi Off Set*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik; Domain, Determinan, Dinamika Edisi 4* (Fandy Tjiptono, Ed.; I).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. ANDI.
- Widyaningrum, M. A., & Musadad, A. (2021). Pengaruh citra merek dan kemasan terhadap minat beli produk. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(3), 439–448.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9990>
- Wijaya, A. (2019). *Metode penelitian menggunakan smart PLS 03 / penulis, Andreas Wijaya | Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah DIY* (Cetakan pertama).
<https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac?id=313299>
- Wijaya, I. W. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). *PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI PADA COLATTO PASTRY & BAKERY GIANYAR*. 1(3).

Zuhad, M. D. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DI KOTA SEMARANG)* - *Digital Library : Fakultas Ekonomika dan Bisnis*. <https://repofeb.undip.ac.id/12879/>



UNIVERSITAS
MIKROSKIL



UNIVERSITAS MIKROSKIL

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta

1. Dilarang menyebarkan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.