

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- [2] P. W. Rumondor, A. Tumbel dan I. w, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata di Kawangkoan,” *Jurnal EMBA*, vol. 5, no. 2, pp. 1102-1112, 2017.
- [3] S. B. Noya, L. Mananeke dan M. Raintung, “Pengaruh Komunikasi Mulut ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado,” *Jurnal EMBA*, vol. 18, no. 2, pp. 1-10, April 2020.
- [4] E. Laela, “Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, 2021.
- [5] A. N. Firdausi dan I. Khasanah, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi harga, dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian (Studi pada konsumen teh dalam kemasan merek Teh Botol Sosro di Kota Semarang),” *Diponegoro Journal Of Management*, vol. 6, no. 4, pp. 1-11, 2017.
- [6] S. Nurhayati, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Samsung Di Yogyakarta,” *JBMA*, vol. IV, no. 2, pp. 60-69, 2017.
- [7] D. Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2018.
- [8] A. N. Nasution, L. P. Putri dan M. T. Lesmana, “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Medan,” pp. 194-199, 2019.
- [9] M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Qiara Media, 2019.
- [10] Sakti, Susanto dan Muinah, “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea,” *Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, vol. 4, 2020.

- [11] Z. Z. Noor, *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-Kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*, Deepublish, 2016.
- [12] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [13] E. M. Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2019.
- [14] Musfar dan Tengku Firli, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- [15] J. J. C. O. Peter, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [16] P. & G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1, 12th ed*, Jakarta: Erlangga, 2018.
- [17] Y. Y. Heriyanto Prabowo, "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rumah Fotografi Kudus).," vol. Volume 3 , no. 3, 2017.
- [18] Andi Mursidi, Zulfahita, Rini Setyowati, Fajar Wulandari, Mertika, Heru Susanto, Kamaruddin dan Sumarli, *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, Jateng, Indonesia: Lakeisha, 2020.
- [19] H. Ofela, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 1-15, 2016.
- [20] N. d. E. D. Bachrudin Sjaroni, *Ekonomi Mikro*, Jakarta: Deepublish, 2019.
- [21] A. d. Sasi, "Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta," vol. 5, no. 7, 2016.
- [22] Y. Bakara, "Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta," vol. 4, no. 2, 2017.
- [23] A. Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2017.

- [24] A. Haryadi, Kiat membuat promosi penjualan secara efektif dan terencana, Elek Media Komputindo, 2016.
- [25] Kotler&Keller, Marketing Management, Edisi 15, Pearson Education, 2016.
- [26] H. W. A. B. Susanto, Power branding, Indonesia: Quantum Bisnis & Manajemen.
- [27] H. E. J. Irfan Rizka, Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang, Jurnal PERKUSI, 2021.
- [28] S. Puspa Indah, “Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Yakult di Kota Lhokseumawe (Studi Konsumen Yakult Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Kampus Bukit Indah),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 04, no. 01, pp. 80-97, 2021.
- [29] Djaali, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Bumi Aksara, 2021.
- [30] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [31] Surahman, S. dan Supardi, Metodologi Penelitian, Jakarta Timur: CV. Trans Info Media, 2014.
- [32] Fadila, woro isti rahayu dan M. Harry K. Saputra, Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa, Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- [33] M. Indra dan I. Cahyaningrum, Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- [34] Ghozali dan Imam, Aplikasi Analisis Multivarite, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [35] Ghozali dan Imam, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 21, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- [36] M. Kisti, “Pengaruh Sertifikat Halal, Citra Merek Dan Harga,” *Journal Of Islamic Economic*, vol. 10, 2020.
- [37] E. S. Permata, “Keputusan Pembelian Minuman Yakult Ditinjau Dari Distribusi, Diferensiasi, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol. 03, 2020.