

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adrianto, A. (2022). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu Dancow. *Insight Management Journal*, 98. Retrieved from <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>
- Arini, D. W. (2021). *Manajemen Kualitas*. Banten: Universitas Terbuka.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Daya, J. S., Rosa, T., Tamba, M., & Suratmi, T. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk “The Sandals” dari PT. Razer Brothers. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 95. doi:10.52643/jam.v12i1.2112
- Effendi, U. (2021). *Iklan Brosur, Kualitas Produk dan Citra Merek*. Makassar: Penerbit Yayasan Barcode.
- Elini, & Syaifullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 48. doi:10.51158/ekuivalensi.v8i1.650
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, H. I. (2016). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarto, L. A., & Ayu, S. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk BreadTalk. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*. doi:10.37477/bip.v14i2.355
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., . . .
Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Unpam press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, 17th edition*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Najib, A. G., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*. doi:10.54543/fusion.v2i01.145
- Novianti, F., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*. doi:10.51158/ekuivalensi.v8i1.647
- Nurhana, S., Rahayu, L. P., & Purwanto, H. (2021). Pengaruh citra merk, kualitas, dan harga terhadap minat beli pasta gigi pepsodent pada masyarakat kelurahan ngargosari di boyolali. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. doi:10.36596/ekobis.v9i2.592
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Riyanti, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added : Majalah Ekonomi dan Bisnis*. doi:10.26714/vameb.v18i1.9625
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2015). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.

- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, & Puspasari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada.
- Tamara, S. Y., & Putra, T. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Ekuitas Merek, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pasta Gigi Merek Pepsodent Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. doi:10.37301/jmubh.v16i1.18326
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik, 4th edition*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. doi:10.56127/jukim.v1i04.159
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak*, 1. doi:10.32493/smk.v1i1.1243
- Yulianti, F., Periyadi, & Lamsah, &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: DEEPUBLISH.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.