

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [2] Etta Mamang Sangadji and Sophia, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2018.
- [3] M Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [4] Mursid, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- [5] Ujianto Abdurachman, "Faktor-Faktor yang Menimbulkan kecendrungan Minat Beli Konsumen Sarung," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No.1, 2004.
- [6] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, 4 ed.* Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2015.
- [7] Achmad Rizal, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- [8] H. Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran, Pertama ed.* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- [9] Made Dharmawati, *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- [10] Muh Rezky Naim, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Qiara Media, 2019.
- [11] Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak, 2015.
- [12] Donny Juni Priansa, *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- [13] Nel Arianty, Dewi Andriany, and Hanifah Jasin, *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [14] John Budiman Bancin, *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakarta: Media Publishing, 2021.
- [15] Philip Kotler and Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, 12 ed.* Jakarta: Erlangga, 2018.
- [16] Yohana Dian - Puspita et al., *Riset populer pemasaran jilid 2*. Bandung: Media sains Indonesia, 2021.
- [17] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [18] R.W Suprayanto and Rosad, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: in Media, 2015.
- [19] Muh Nur Eli Brahim, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta.
- [20] Lukman Waluyo, *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital, Pertama ed.* Malang: Madza Media, 2021.
- [21] Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Duta Media, 2020.
- [22] Miguna Astuti et al., *Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.
- [23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [24] Hana Ofela, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

- Konsumen Kebab Kingab," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. V, no. 1, pp. 1-15, 2015.
- [25] Darwin Lie, dkk Ade D.P, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Cabang Pematang Siantar," *Jurnal SULTANIST ISSN*, vol. III, no. 2, pp. 2338-4328, Desember 2015.
- [26] Rizka Nur Fauziah, "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian I AM Geprek Benu Tasikmalaya," *Jurnal Hexagro* , vol. III, no. 1, pp. 27-32, Februari 2019.
- [27] Yesi Apriyani, "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang," 2009.
- [28] Yanuar Firmanto, "Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC," *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis* , vol. III, no. 1, April 2019.
- [29] Shabrina Dea Ikhtiasari, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. VIII, no. 7, Juli 2019.
- [30] Destika, Nur Safitri, Siti Khasanah, M Rait Alparisin Aditya Sasabila Akbar, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Konsumen McDonald's Lampung," *Jurnal Ekobis Dewantara*, vol. IV, Juni 2021.
- [31] Farida Maulidya Djamalullail, "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Domino's Pizza Cabang Ciputat," 2020.
- [32] Muhammad Syariful Anam, Rina Rosia, Dian Luthvita Nadila, and Tara Ayu Anindita, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merk Citra (Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga)," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. IV, no. 1, pp. 120-136, Januari 2021.
- [33] Meisya Putri Savarani and Farah Oktafani, "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Indonesia," vol. VIII, no. 4, pp. 3433-3442, Agustus 2021.
- [34] Putri Rizkia Papatungan, Agus S. Soegoto, and Ferdy Roring, "Pengaruh Promosi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di Oriflame Manado," *Jurnal EMBA*, vol. VI, no. 4, pp. 3703-3712, September 2018.
- [35] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- [36] Sudibyo Supardi and Surahman, *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Transinfp Media, 2014.
- [37] Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014.
- [38] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2013.
- [39] Agustina Marzuki, Crystha Armereo, and Pipit Fitri Rahayu, *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press, 2020.