

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 10. No.6*.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini, A. B., & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* , 1591-1599.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Edi Cahyono. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta JBMA- Vol V, No 1, ISSN 2252-5483 61-75*
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen* , Volume 7 No 1, pp. 17-32.
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017). *e-Proceeding of Applied Science* , Vol 3, No 2, pp. 430 - 452. www.jurukunci.net
- Fitria, A., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 6(4), 1–17.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, C., & Murtani, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Rejoice 3 In 1 Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama) 2020 *Jurnal FEB*, 2, 161–171.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Islamiyah, K., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* , 1567-1572.

- Jamaludinillah Gamas. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk 2021 *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 10 No 4, pp. 1-16.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip Prinsip Marketing* (7 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Keller, terjemahan Bob Sabran. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 14 Jilid 1 dan 2*, Jakarta : Erlangga
- Lahensel, I. F., Kalangi, J. A., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delivery (PHD) Bahu Kota Manado. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi , 91-95.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* , 1(1), 194–199.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen* , Vol 8 No 1, pp. 43-49. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1434>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Penggunaan JNE Express Di Surabaya Selatan). *E-jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* , Volume 7 No 1, pp. 25-29.
- Sari, P., & Lestari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pesenkopi Kota Malang (Studi Pada Konsumen Pesenkopi Kota Malang). *Jurnal Aplikasi Bisnis* , Vol 7 No 1, pp. 217-220.
- Segoro, W., & Nugraha, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* , 1(1), 07–18.

- Sitompul, S. S., Safhira, H., Purba, J. O., & Novitriansyah, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Pembelian Keputusan Di PT Campina Ice Cream Industry Tbk. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol 2 No 3, 379-392.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship : kepenjualan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi* (1 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* , Vol.26(2), 146–154.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Kwikkianjie* , Volume 9 No 2, pp. 113-123.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Tjahjaningsih, E., & Soliha, E. (2015). *Manajemen Pemasaran: Tinjauan Teoritis Serta Riset Pemasaran*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran : Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica* , Volume 2 No 1, pp. 136-146.
- Wicaksono, D. A., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 81-89.
- Widawati, H. F., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Bandung. *e-Proceeding of Management* , Vol 5 No 2, 2593-2599.
- Wijayanty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram* , Vol 13 No 1, pp. 1-8.
- Yuliantari, K., & Wiwin. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tukangroti.com di Bekasi. *Jurnal Akrab Juara*, Vol 3 No, 4, pp. 9-21. <https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/366>



UNIVERSITAS
MIKROSKIL