

DAFTAR PUSTAKA

- Ardyan, S. G. (Volume 6, Nomor 2, Juni 2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.On.Id . *JurnalManajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers
- Arif,M.(2020). *Product Quality, Influence Of Price And E-Cmmerce On People's Buying Interest On UMKM*
- Alfatiha, R. A & Budiatmo,A.(Vol. IX No IV).*Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: UniversitasDiponegoro*
- Budiatmo, Y. P. (2019, Hal. 1-10). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi* . Diponegoro Journal Of Social And Politic.
- Data Kenaikan dan Penurunan produk Garnier. <http://trends.google.co.id>
- David,G.A.(2016).*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Andi
- Endy Yudha Prawira, S. (Volume 9, Nomor 1 Maret 2019). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Masyarakat Kota Yogyakarta. Jurnal Fokus*.
- Gabriel Aprilia, C. H. (Volume 5, Nomor 6, Februari 2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites . *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Haque, M. G. (Volume 21, Nomor 1, April 2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta* . Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli.
- Jonnes, Ghozali et.al (2016). “Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati.” *JurnalStie Semarang* 8(2):92–121.

- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2 th ed). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi KetigaBelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (G. Edition (ed.); 14Edition
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (G. Edition (ed.); 14Edition
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Ketigabelas). Erlangga
- Kotler dan Keller , 2016). Kotler, P. dan Amstrong,G. (2016). *Principles ofmarketing*. USA: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing Management* (16th ed.). Boston, NJ:Pearson Prentice Hall. Kotler, P dan Keller. (2018). *Marketing Management* 16 Edition. New Jersey. Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 1, edisikedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller, (2016:156). Kotler, P. dan Amstrong,G. (2016). *Principles of marketing*. USA: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary .2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Jilid 1 & 2, Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*, 15Th edition New Jersey, *Pearson Pretice Hall Inc*.
- Kotler,P., & Amstrong,G. 2010. *Principles of Marketing,third edition*.Prentice Hall.New Jersey. .
- Kotler, Philip dan Amstrong, G, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Edisi 12, Alih bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Kotler,P & Amstrong, G (2016) *Indikator Harga, Pengaruh Citra Merek,Kualitas Produk,dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Atas Kosmetik Emina*.Januari 20,2022)

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Indeks. Jakarta
- Nugroho, I. A. (Volume 11, Nomor 7, Juli 2022). *Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Pengaruh Advertising, Sales Promotion dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Ma Bruschetta. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Prambudi, P & Marlien R. A. (Vol. 16 No. 2 Desember 2021). *The Effect Of Store Image, Risk Preception, And Price Preception On Consumer Buying Interest In Private Label Products*.
- Purnamasari, M & Sismanto, A. (Vol. 1 No. Desember 2020). *The Effect Of Sales Promotion, Lifestyle, And Product Price On Fashion Product Buying Interest*: Universitas Muhammadiyah Bengkulu
- Paramita, A. Ali, H. & Dwikoco, F. (Vol. 3 Issue 2, Juli 2022) *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian*: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunarto. (2014). *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan*, Bali. Jurnal Edu. 19-30.
(<https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/download/2500/1880/8591>)
- Sunyoto, William JS. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. (1987). *Manajemen Pemasaran Analisa*. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Liberty.

- Sejarah Garnier 15 November 2022
(<https://jualpasjel.wordpress.com/2014/07/25/sejarah-garnier/>)
- Sejarah Garnier. 12 November 2022. (https://repository.uin-suka.a.id/1343/9/9.%20IV_2018400MEN.pdf)
- Sugiyono. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Modern*. Jakarta:PT Grasindo Persada
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Bandung CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: ALFABETA BANDUNG.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Suhatman, M. R. (2020). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2020, 26-41.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA BANDUNG.
- Sundalangi, M. M. (2014). *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*. *Jurnal EMBA*, 2(1): 313-324., 313-324.
- Tabel Top Brend. 10 November 2022. <http://www.topbrand-award.com>
- Hariyadi, T. (Vol 3, No 2, November 2021, Hal 235–238). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Powder Drink Pada Jakarta Powder Supply (Jps) Cabang Banyuwangi*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*.
- Himawan,I.(Vol 3 No. 3 Oktober 2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat beli Sebagai Variabel Intervening*: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Umar, A. U. (Volume 3 No 1, April 2021. Issn 1858 – 1358). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan*

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah*.
- Maulana, M. I. (Volume 5, Nomor 6, Februari 2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Nurhadi, R. S. (Volume 10 No. 2 September 2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Fokus*.
- Sakinah, A. A. (Volume 11, Nomor 2, Desember 2021: 154-171). *Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmen Milenial Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi*.
- Satria Tirtayasa, A. P. (Vol 5, (1), 2021, 67-86). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*.
- Yunovirul, D. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi*. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri.
- Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualita Harga, <http://finance.detik.com/solusiukm/d-6348353/inilah-11-indikator-kualitas-produk-dan-cara-menjaganya>
- Faktor-Faktor yang mempengaruhi promosi, <https://cerdasco.com/promoi/>
- Indikator-indikator minat beli <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/artile/viewFile/3206/3>