

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman dan Muhidin. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Armstrong, kotler dan. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, kotler dan. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua belas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, K. dan. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Assauri dalam Walukuw, Mananeke, S. (2014). (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Budiharja, R. G. E. (2016). ID pengaruh kualitas produk harga promosi d. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*, 8(2), 92–121.
- Chardika Respatya Hendro, W. H. (2018). DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL

AND POLITIC Tahun 2018, Hal. 1-8 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.

Dan, K. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Evelina. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi Kasus Pada
Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal
Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, c, 203–213.

Gunawan Kwan, O. (2016). *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere
Terhadap Impulse Buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel
Intervening Pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya*. *Jurnal Manajemen
Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.27-34>

Hartono. (2011). *Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone
Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 177-184.

Kanuk, S. dan. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Keller. (2003). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* Jakarta : PT. Index Kelompok.

Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2* Jakarta : PT. Index Kelompok.

Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

Kotler. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan
2. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson
Education, Inc.

- Kotler & Armstrong G. (2004). *Dasar- dasar pemasaran*. Edisi 9, Jakarta: PT. Index.
- Kwan, O. G. (2016). *PENGARUH SALES PROMOTION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN POSITIVE EMOTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PLANET SPORTSTUNJUNGAN*.
- Lamb, Hair, dan M. (2001). *Pemasaran. Buku. Penerjemah David Octarevia. Jakarta : Penerbit Salemba Empat*.
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Rajawali Pers*.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- Nazir. (2013). *Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Priyastama. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS. Yogyakarta: start UP*.
- Roslina. (2010). *Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya.*” *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 6 No 3, Mei 2010: 333-346*.
- Rusmini. (2013). *Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respon Konsumen*”. *Jakarta : Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol.13 No.1, April 2013 Bina Nusantara*.
- Sandra, B. D., & Rachman, M. M. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research (JSBR)*, 2(2), 82-86.
- Saladin. (2007). *Manajemen Pemasaran, Bandung; Linda Karya*.
http://repository.maranatha.edu/13710/9/0852099_References.pdf

- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Setyaningrum, N., Waluyo, H., & Wijayanto, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 197–204.
- Sholihat, A. (2018). Bab 2 Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Siregar. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: teori dan aplikasi dengan spss*. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.

- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, Setyo Ferry ; Samista, I. murti. (20103). *Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur)*
- Widiastuti, I. E., Suparmono, S., & Barmawi, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 115-125.
- Yan, R. G. P. S., Repi, A., & Lumanauw, B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Pt Tridjaya Mulia Sukses Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 106.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/18831>.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.