

DAFTAR PUSTAKA

- Abishovna,BA (2014), Prinsip Manajemen Pemasaran yang Efektif. *Procedia sosial danilmuperilaku*
log.<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/J.sbspro.2013.12.632>
- Agus Susanto. 2013. Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati Demak. Skripsi Universitas Negeri Semarang.
- Al Rasyid, M. H. (2016). *Analisis Gaya Hidup Inovasi Produk, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hen's Instant Omelette*. Institut Pertanian Bogor.
- Amryyanti (2013) .*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ariani (2003) *Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Ariani (2003) *Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Ariani(2003) Manfaat Kualitas Produk (2020 February 20) Retrieved March 25,2022,fromkajianpustaka.com.website:[https://www.kajianpusta.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi perspektif-dan-tingkatan.html](https://www.kajianpusta.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html)
- Astuti, Rini dan Ikhsan Abdullah. 2017.*Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil*

Menengah, 5(2),14-23.Diperolehdari

<http://jurnal.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>

Cahyono, Eko.2011.*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok pada PT Bagong Jaya*. Blitar.

Cannon, J.P., William D., Perreault, Jerome., McCarthy.(2008). *Pemasaran Dasar: Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta: Salemba Empat.

Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. Tesis Universitas Sam Ratulangi.(indikator inovasi produk) Kotler, \Philip. 2007.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Ferdinand,A.(2014) *Metode Penelitian Manajemen(Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi,Tesis,dan Disertasi Ilmu Manajemen)*. Semarang::Semarang:Universitas Diponegoro.

Ghozali, I,(2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 6, Semarang:Semarang:BP Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam (2001). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harnanto,J.(2011). *Metode Penelitian Bisnis*.Yogyakarta:Yogyakarta: BPFE

Kotler dan Armstrong (2012) tahapan-tahapan proses pengambilan keputusan

Kotler dan Keller (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.).London: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). London, U.K.: Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). London, U.K.: Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta. Penerbit Erlangga. Manap, H. Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Jakarta. Mitra Wacana Media.

Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran*. Edisi Milenial. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary., 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta.: Erlangga. Lee, Monle. Johnson, Carla. 2004.*

Kotler, Philip. Keller, Lane, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: INDEKS

Al Rasyid, M. H. (2016). *Analisis Gaya Hidup Inovasi Produk, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hen's Instant Omelette*. Institut Pertanian Bogor.

Prawirosentono (2002) faktor yang mempengaruhi kualitas produk *Manajemen pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.

Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: Prenada

Tyas, S. I. E. P. P. (2009). Pengaruh Promosi, Lokasi, Fasilitas, Harga dan Kelompok Acuan terhadap Pemilihan Tempat Kos (Studi Kasus :

Mahasiswa dan Mahasiswa yang Menyewa Jasa Kamar Kos di Daerah
Mrican dan Seturan). Universitas Sanata Dharma.

Schiffman dan Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prentice Hall

Schiffman dan Kanuk. (2012). *Tingkat Pengambilan Keputusan Pembelian*(2019).

Retrieved Marce 25,2022,from Hstanto.wb.id weebster.

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-inovasi-produk/135305>.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :
Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :
Alfabeta, CV.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi
(Mixed Methods)*.Jakarta: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi
(Mixed Methods)*.Jakarta: CV Alfabeta.

Suliyanto.(2011). *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.
Yogyakarta:Yogyakarta:Andi.

Tjiptono, F.(2005). *Brand Management And Strategy*. Edisi-1.
Yogyakarta:Yogyakarta.

Tjiptono(2011), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*
(2019). Retrieved March 25,2022,from Gurupendidikan.co.id webster:
<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>

Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta:PT. Gramedia.

Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.).

Andi.Umaternate, M., Tumbuan, W. J. ., & Taroreh, R. (2014). Promosi, Harga dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike di Toko Akbar Ali Sport Manado. *Jurnal EMBA*\, 2(2),1381–1392.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.).

Andi.Umaternate, M., Tumbuan, W. J. ., & Taroreh, R. (2014). Promosi, Harga dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike di Toko Akbar Ali Sport Manado. *Jurnal EMBA*\, 2(2),1381–1392.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Top Brand Award(n.d). Top Brand Indeks Tahun 2019 Sampai 2021. Januari 20,2022.<http://www.topbrand-award.com/top-brand-indeks-3-tahun-terakhir>.

Wahjono (2010). *Manajemen pemasaran. Jilid 1*.jakarta:Erlangga