

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Prenhalindo.
- Armstrong & Kotler, P. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Deliyanti Oentoro,. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang. PRESSindo.
- Eddy Rokh Prabowo, Kis Indriyaningrum & Anggita Dian Setyani. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas. *Majalah Ilmiah Solusi*.
- Elisabeth Syerin Dean Mavilinda1. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Pada Masa Pandemi Di Surakarta. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jacklyn Veren Gita Rumimpunu, Rudy Steven Wenas & Maria V. J. Tielung. (2023). Pengaruh Presepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mitsubishi Xpander Pada Saat Penurunan Pajak Ppnbm Pemerintah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Maiza Fiksi, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*.
- Rahmi, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Private Label Pada Minimarket Indomaret. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Regie Ardiansa & Salim Siregar. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*.
- Salsabila Aisyah & Ali Maskur. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *Journal of Management & Business*.

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis. Penelitian Pemasaran*. Bogor: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yaniria & Samsurijal. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*.
- Yanti, R. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's Di Kota Surabaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*.