

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Ani, J., Lumanauw, B., Tampenawas, J. L. A., Merek, P. C., Dan, P., Layanan, K., Pembelian, K., Pada, K., Ani, J., Lumanauw, B., & Ratulangi, U. S. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA MANADO*. 9(2), 663–674.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Danang Sunyoto. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Salemba Empat.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Publikasi Ilmiah*, 689–705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Hari Susanto. (2020). ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 15–34.
- Hendryadi, S. &. (2015). *metode riset kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Ikhsani, K. (2021). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RESIKO, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PASCA COVID-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 66–75.
- Imam Ghozali. (2001). *aplikasi analisis multivariate dengan progam SPSS*. Badan peneliti universitas diponegoro.

- Imam Ghozali. (2006). *aplikasi analisis multivariate dengan progam SPSS (Ke-4)*. Badan peneliti universitas diponegoro.
- Imam Ghozali. (2013). *aplikasi analisis multivariate dengan progam IBM SPSS 21 update PLS regresi*. Badan peneliti universitas diponegoro.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN SECARA ONLINE MELALUI E-COMMERCE SHOPEE DI INDONESIA. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 397–408.
- Kotler, P. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Lina Purnama, Tri Suyani, N. E. H. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA ONLINE GOJEK DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1).
- Maramis, F. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Mila Yuni Pratiwi. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2beat. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6, 1–19.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.

<https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>

- Novrianda, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Open Journal System (OJS)*.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.  
<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>
- Philip Kotler and Gerry Armstrong. (2012a). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Philip Kotler and Gerry Armstrong. (2012b). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Prof.Dr.H.Buchari Alma. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Putri, N. Q. (2020). Jurnal Pewarta Indonesia. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 113–120.
- Ramadhani, S. D. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MASKAPAI LION AIR DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN HASANUDDIN MAKASSAR*. 4(1), 1–23.
- Ria Dwi Nugraheni. (2018). *PENGARUH KELAS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN* (Studi Pada Pembelian Rumah di PERUM PERUMNAS Cabang Mojokerto Lokasi Madiun). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajaran*, 6, 80–85.
- Rifqi Sulthan Fahrezzy and Arlin Ferflina Moch.Trenggana. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAPTOP ASUS*. *Jurna Indonesia Membangun*, 17(2), 174–183.
- Salmah, N. N. A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kosmetika Sari Ayu pada Toko La Tahzan Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*,

12(1), 1–13.

Sanjaya, S. (2017). PENGARUH PROMOSI DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SINAR SOSRO MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(02), 108–122.

Santoso, S. (2000). *Buku latihan SPSS statistik parametrik*. PT elex media komputindo.

Sekaran. (2006). *metode penelitian bisnis*. Salemba Empat.

Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendikia.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen* (ke 1). Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suri Amilia & M. Oloan Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Tjiptono. (2012). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.

Tjiptono & Diana. (2016). *Brand Management & Strategy*. Andi.

Yanto & Eri Hendri Herman. (2020). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Tiga Benua. *Jurnal EMBA*, 8(3).

Yoeliastuti, Evalista Darlin, E. S. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI PENJUALAN ONLINE SHOPEE. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10, 212–223.

<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>