

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. (2012). 26. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Inova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. Skripsi. doi: [unpak.ac.id/
https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/download/1471/1188](http://unpak.ac.id/jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/download/1471/1188)
- Amstrong. (2012). 75. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo. doi: <https://eprints.umpo.ac.id/4098/3/BAB%20II%20PDF>
- Amstrong, K. d. (2013). 8. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga. doi: [https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/300/
jbptunikompp-gdl-mrikisyahr-14994-3-bab2la-i.pdf](https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/300/jbptunikompp-gdl-mrikisyahr-14994-3-bab2la-i.pdf)
- Amstrong, K. d. (2015). 37. PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK SARIAYU (Survei Pada Mahasiswi FEB Universitas Pasundan Bandung). Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta. Principles of Marketing. 15th Edition. Pearson Education Limited. doi: repository.unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/40139/>
- Amstrong, K. d. (2015). 181. "Marketing introducing prentice Hall twelfth edition". England: Personeducation. doi: [https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14169/2/T1_162013028_
BAB%20II.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14169/2/T1_162013028_BAB%20II.pdf)
- Amstrong, K. d. (2016). 188. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. doi: [file:///C:/Users/user/Downloads/1303-
Article%20Text-2607-1-10-20200501.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/1303-Article%20Text-2607-1-10-20200501.pdf)
- Andriati, Ciko. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Arianty. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN. Medan: Perdana Publishing.
- Basu, Swastha Dharmmesta. (2014). 247. PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK SARIAYU (Survei Pada Mahasiswi FEB Universitas Pasundan Bandung). Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta. doi: repository.unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/40139/>

- Databooks.co.id.(n.d.).doi:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Databooks.co.id.(n.d.).doi:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/6-aneka-minuman-rasa-dalam-kemasan-favorit-masyarakat-indonesia-mana-favoritmu>
- De Yusa, V. & Hastono, A. L. (2018). 12. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Rivero Di Bandar Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*. doi: <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/267>
- Edi Cahyono, 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA- Vol V, No 1, ISSN 2252-5483*.
- Erwin Adi Wijaya, S. d. (2014). Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galaxy Series Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/59106/Erwin%20Adi%20Wijaya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Faisol Akhmad, Rois Arifin, M. Hufron. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE. Universitas Islam Malang. doi:http://eprintslib.umngl.ac.id/1011/1/15.0101.0186_BAB%20I_BAB%20II_BAB%20III_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf
- Fatmawati Asih, Sri Suryoko. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TAS DAN SEPATU CHARLES & KEITH. Semarang. doi. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/19141>
- Ghozali. (2016). 154. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang. doi: <http://repository.stei.ac.id/297/3/BAB%20III%20METODA%20PENELITIAN.pdf>
- Ghozali. (2018). 28. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. doi: <http://eprints.umg.ac.id/3499/4/BAB%20III.pdf>

- Guntara, S. P. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. Universitas Islam Riau. doi: <https://repository.uir.ac.id/10828/>
- Hair, M. D. (2012). 14. Multivariate data analysis (7th ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall. doi: http://etheses.iainkediri.ac.id/http://etheses.iainkediri.ac.id/5319/3/932402518_bab2.pdf
- Harahap, M. Arif Rahman. (2018). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Reebok. Universitas Sumatera Utara. doi: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/9834>
- Hintze. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. In I. F. Hesty Nurul Utami. Bandung.
- Hui Wang, F. T. (2015). 233. PERAN CITRA MEREK MEMEDIASI PENGARUH KEUNGGULAN PRODUK TERHADAP NIAT BELI ULANG PRODUK FASHION UNIQLO. Nyoman Panji Prabawa Sunu, Gede Bayu Rahanatha. Bali. doi: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/68570/38887>
- Kanuk, S. d. (2017). 21. PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Jakarta: Media Ekonomi.
- Keller, K. d. (2016). 33. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks. doi: <file:///C:/Users/user/Downloads/1708-Article%20Text-2790-1-10-20211104.pdf>
- Kotler. (2012). 11. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali. doi: [https://dspace.uir.ac.id/bitstream/handle/123456789/914/05.2%20bab%202.pdf?sequence=8&isAllowed=y#:~:text=Proses%20Keputusan%20Pembelian,Menurut%20Kotler%20dan%20Keller%20\(2009\)%2C%20proses%20keputusan%20pembelian%20merupakan,dan%20memiliki%20dampak%20ya](https://dspace.uir.ac.id/bitstream/handle/123456789/914/05.2%20bab%202.pdf?sequence=8&isAllowed=y#:~:text=Proses%20Keputusan%20Pembelian,Menurut%20Kotler%20dan%20Keller%20(2009)%2C%20proses%20keputusan%20pembelian%20merupakan,dan%20memiliki%20dampak%20ya)
- Kotler, K. d. (2016). 583. PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP CITRA MEREK DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK SARIAYU (Survei Pada Mahasiswi FEB Universitas Pasundan Bandung). Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta. doi: repository.unpas.ac.id <http://repository.unpas.ac.id/40139/>
- Kotler, K. d. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MOTOR HONDA DI. 27. doi:

<http://repository.stei.ac.id/1856/1/Naskah%20Publikasi%20Bhs.Indonesia%20Fajar%20Tri%20Hermawan%2021160000228.pdf>

- Laksana. (2019). 8. PRAKTIS MEMAHAMI MANAJEMEN PEMASARAN. Sukabumi: CV Al FathZumar. doi: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/16432/05.1%20bab%2001.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Malau, H. (2017). MANAJEMEN PEMASARAN. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta. <http://repository.unsada.ac.id/2719/7/20.pdf>
- Nanang, Susanto. (2013). Pengaruh harga, produk, promosi, dan saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pengguna laptop merk HP dikota Semarang, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. doi: <http://eprints.dinus.ac.id/8580/>
- Oktaviyany, Restiana. (2009). PENGARUH MEDIA ADVERTISING, BRAND IMAGE, DAN CUSTOMER REFERENCE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI LAPTOP MEREK ACER. Malang. <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-MEDIA-ADVERTISING%2C-BRAND-IMAGE%2C-DAN-DALAM-Oktaviyany/4c6795dfcc761f94910dcb5efe9f63696746394e>
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People : Rangkuman, Intisari Pemasaran 27*. Jakarta.
- Setyaningsih. (2012). 1. Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Bakti Surakarta. doi:repository.stei.ac.id/ <http://repository.stei.ac.id/5960/11/Bab%202.pdf>
- Sihombing, S Susi, Syafrizal Helmi Situmorang. 2014. Pengaruh Harga, Kemasan, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Minute Maid Pulpy Orange Pada Siswa SMA Negeri 1 Medan. Jurnal Riset Manajemen. doi: <https://repository.upnvj.ac.id/1360/8.pdf>
- Soegoto, E. S. (2009). 41. Entrepreneurship. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo. <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/501/127101-7.pdf>
- Sugiharti, Mahmudah. (2014). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Ponorogo. <http://eprints.umpo.ac.id/243/1/hal%20dpn-bab%201%20mahmudah.pdf>
- Sugiyono. (2016). 23. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. doi: <http://repository.stei.ac.id/2683/5/BAB%203.pdf>
- Sugiyono. (2017). 2. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. doi: <http://repository.stei.ac.id/2683/5/BAB%203.pdf>

- Sugiyono. (2018). 63. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. doi: <http://eprints.umg.ac.id/2969/4/BAB%20III.pdf>
- Tjiptono. (2012). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POS PURWOKERTO. 16. doi: <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/916>
- Tjiptono. (2016). 104. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. doi: <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/949/3/BAB%20II%20KAJIAN%20PUSTAKA.pdf>
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. In A. Offset. Yogyakarta.
- Widiyanto. (2012, 56). SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian. Surakarta: BP-FKIP UMS. doi: <http://eprints.ums.ac.id/23442/12/06.pdf>
- Widodo. (2017). 77. Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus pada Pengguna Go-Jek dan Grab. Batam. doi: <https://perpustakaan.akuntansipoliban.ac.id/uploads/attachment/TvL87h3seO0u4CWPmf9MaoxB5ZzkEnFGjqK6Qd2HwItXApYIUc.pdf>
- William. (2012). 7. Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta. doi: <https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/300/jbptunikompp-gdl-mrikisyahr-14994-3-bab2la-i.pdf>
- Wiratama, Aditya Yoga. (2012). “Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike di Kota Semarang”. <https://repofeb.undip.ac.id/4913/>
- Wulandari. (2016). “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alkohol One Med di Jakarta” Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia.