

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Apriyani, Y. (2013). Pengaruh Brand Image , Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang. *Manajemen*, 2(1), 1–10.
- Ari Jusuf & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran* (edisi pert). Jakarta: Raja Grafindo.
- Beneke, J. and N. Z. (2014). *Beyond Privat Label Panache: The Effect of store Image and Perceived Price on Brand Prestige*. *Journal of Consumer Marketing*.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (Cetakan II). Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- DEWI R, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3).
- Dian, I. Z. & Aditya, W. (2016). Pengaruh Citra Merek Bukalapak. Com Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Rawung et al., (2015)Effendi, G. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.
- Elsa, A., & Samboro, J. (2017). Terhadap Keputusan Pembelian Di Bandoeng Guest House Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–6.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta.

- Fenny Nofriday & Nova Eviana. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta.
- Kotler, P. dan A. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia: Analisis, Perencanaan, dan pengendalian*. Yogyakarta.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1251–1259.
- Lewis dan Boom (2005), *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Lokal, E. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth*. 94–101.
- Lupiyodi, Rambat 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, M. (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN.
- M, Deisy., S.L.H.V.J. Lopian., Y. Mandagie. (2018). Analisis Citra Merek Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di IT Center Manado.
- Oladepo, Onigbinde Isaac. (2015). The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision-A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. Dalam *British Journal of Marketing Studies* Vol. 3, No. 4, May 2015
- Parasuraman A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal of Retailing* Vol. 64 No. 1, pp 12-37.
- Saladin, D. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.

Saladin. (2008). Pengertian Harga (Price). *Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promos Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, 1(4), 609.

Sabunlawa, Zohra. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchase-a Study for Pune Region of India. *Jurnal Internasional*.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.

Tjiptono, F. dan G. C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.

Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. (2013). *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.