

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk torabika duo. (*Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak*), 4(4).
- Agustina, N. A., Sumowo, S., dan Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Penelitian Iptek*, 3(2), 186–196.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Amwaluna*. <https://doi.org/2540-8399>
- Asiani, W., dan Ruswanti, E. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser dalam Iklan FreshCare Aromatherapy Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(1): 1-8
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson: Global Edition.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lapian, M. D. J., dan Yunita Mandagie. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai & Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA*, 4(2).
- Oentoro, deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

- Ong, I. A., dan Sugiharto, S. (2013). Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2).
- Pradana, D., Hidayah, S., dan Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor. *kinerja*, 14(2), 16–23. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Purba, A. P., dan Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Peralite. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 3(1).
- Putri, A. R., dan Ruswanti, E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Nesco Multicheck di PT Hafidz Medika , jakarta pusat). *Jurnal InovisiTM*, 12(2), 104–111.
- Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Ratnasari, M. D. (2014). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian Blackberry. (*Diponegor Journal of Social and Politic*).
- Ruswanti, E. (2015). *Panduan Penulisan laporan Ilmiah : Atensi, Kredibilitas Perusahaan, Iklan Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air*. ISBN: 978-97-29-5420-3. Yogyakarta: Andi.
- Ruswanti, E., Hapsari, N. P ., Januarko, M. U., dan Kusumawati, M. D. (2019). Analysis Advertising, Sales promotion, Personal Selling and Direct Selling on Purchase Intention Vegetables In Retail West Jakarta. *Journal International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 100(1), 657-662. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.115>
- Sari, D. P., dan Nuvriyari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>
- Sugiyanto. (2012). *Model-model Pembelajaran Inovatif*. Surakarta: UNS.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

Wulandari, R. D., dan Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>