

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Basu, S. D., & Irawan. (1986). *Manajemen Pemasaran Modern* (2 ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Engel, F. J., Blackwell, D. R., & Miniard, W. P. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fikri, M. E. (2018). Analisis Citra Merek, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunlight oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Medan (Studi Kasus Di Kecamatan Medan Polonia). 10.
- Gaspersz, V. (2011). *Total Quality Management: Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. Bogor: Vinchristo Publication.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4 ed.). Harlow, English: Pearson Education Inc.
- Khadijah, S. N., & Khuzaimah, A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin pada Business Centre Umi Sutindarwati Gresik. 6.
- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. 1.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Lina Putra Net Bandung.

- Lamb, H. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek* (1 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lesmana, R. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt. Paragon Tehnology And Innovation.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation. 2.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. 16.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5.
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond"S Flawless White. 6.
- Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. 2.
- Mutmainah, S., Rahayu, B., & Marwita, A. (2019). Pengaruh Produk & Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tas Merk Rumah Warna di Bandar Lor Kota Kediri. 2.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. 4.
- Oentoro, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Peter, P. J., & Olson, C. J. (2013). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9 ed.). (D. T. Dwiandani, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Rafiz, F. M. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu: Studi pada Konsumen Kendaraan

- Daihatsu di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 39.
- Rahmi, & Nelly. (2018). Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Pada Ija Kroeng di Kota Banda Aceh. 2.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. 5.
- Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6, 333-346.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian pada Mahasiswa Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3, 73-83.
- Schiffman, I., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer Behavior* (8 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (11 ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (2 ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing).
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. 6.
- Swastha, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.