

DAFTAR REFRENSI

- Anita Chrisanti Puteri Tito dan Caludia Gabriella, (2017). Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai. *Jurnal Akuntansi Maranatha volume 11 nomor 1, ISSN 2085-8698 | e-ISSN 2598-4977.*
- Assauri, Sofjan. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Bambang Pranoto. (2008). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor, *Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008.*
- Benny Gunawan, (2002). *Diktat Metodologi Penelitian, Program Prascarjana Jakarta*
- Doni Marlius.(2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 01.*
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivaricte Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko T. Hani, (2002), *Manajemen Edisi Kedua*, Cetakan Ketigabelas Yogyakarta: BPF.
- Indra Nurrahman dan Rd. Diana Herdiana Utama, (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada peembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandeung). *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education Volume 1, Number 1.*
- Jane G. Poluan, Genita G. Lumintang dan Victoria N. Untu, (2016). Pengaru Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA Vol.4 No.3, ISSN 2303-1174*

- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management; Bulding, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc
- Komang Agus Ardi Ary Wibawa, I Ketut Kirya, I Wayan Suwendra., (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *e-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Managemen*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 12. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT Mancaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, (2018). *Principles Of Marketing*. Edisi 15 Global Edition Pearson.
- Krishnan, S.S., & Sitaraman, R. K, (2013). Understanding the Effectiveness of Video Ads: A Measurement Study.
- Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati. (2014). Pengaruh *Stone Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2*
- Margaretha Fiani S. dan Edwin Japariato, S.E., M.M. (2016). Analisis Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep'S di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, no. 1, (2016) 1-6*
- Ridwan Purnama dan Alfania Pralina, (2016). Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran. *Tourism and Hospitality Essential (THE) Journal, Vol. VI No. 1.2016-973*
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta PT Indeks Gramedia
- Setyo Ferry Wibowo dan Maya Puspita Karimah, (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurna Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 3, No. 1, 2012*

Situmorang, D. R., (2012). *Kualitas Serbuk Instan Buah Terung Belanda (Solanum Betaceum Cav) dengan Variasi Kadar Maltodekstrin*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Tjiptono, Fandy. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah.(2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 2 No. 2, pp. 181-190 STIE Kesatuan, ISSN 2337-7860*