

## DAFTAR PUSTAKA

- Adli et al, H. (2020). "Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makassar". *Mandar Journal* 3 (1), 21.
- Aisyah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. *Seiko : Journal of Management & Business*, 5 (1). 157.
- Amanda, D. M. (2020). "*Pengantar Manajemen Pemasaran*". Sleman: Deepublish.
- Amrullah. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja, Jurnal Ekonomi dan Manajemen UNMUL*, 13 (2), 102.
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4 (12) 3.
- Arifin, H. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Eccobus*, 5 (2) 13.
- Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Tren Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram . *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 7 (2), 127.
- Aselina. (2021). "*Manajemen Pemasaran Plus*". Sleman: deepublish.
- Bougie, S. d. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bougie, S. U. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Pendekatan Pengembangan-Keahlian* . Jakarta: Salemba Empat.
- Claudia, D. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada PT SuminSuryaMesindoLestariI. *E-Jurnal Manajemen*, 9 (7), 2877.
- Dhiraj. (2021). *Keputusan Pembelian Online Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Doni Marlius, K. n. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2 (1), 256.
- Elida, T. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

- Fikri, M. E. (2018). Analisis Citra Merk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sunlight oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Polonia). *Jurnal Manajemen Tools*, 10 (2), 114.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Bogor: IPB.
- Gusti, K. d. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merk sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8 (3), 1376.
- Hasan. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressdindo.
- Idrus, S. A. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Konsep dan Teori*. Malang: Media Nusa Creative.
- Keller, K. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. (2012). *Marketing Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kelvin Prilano, A. S. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1 (1), 4.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian di Indonesia*. . Jakarta: Prenhailindo.
- Kotler. (2008). *B2B brand management*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2016). *Principles of Marketing (Sixteenth)*. USA: Prentice-Hall Education, Ltd.
- Kotler, A. d. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. d. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2017). *Marketing for Competitiveness*. Jakarta: Mizan Digital Publishing.
- Latan, G. d. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Undip.
- Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal Emba*, 1 (4), 97.

- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Muslikah, H. d. (2019). Pengaruh Promosi dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian SariAyu Putih Langsung. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (1), 21.
- Nurmala, D. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Nurmawati, I. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Creative.
- Ong, I. A. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merk, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (2), 4.
- Pasha, A. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makassar . : *Management Development and Applied Research Journal*, 3 (1), 20.
- Sakti, S. d. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jimea*, 4 (1), 178.
- Salim, R. d. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme Studi pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur*, 12 (1), 112.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. PT. Index.
- Sekaran, U. d. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7 ed.)*. Jersey: Wiley.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Bogor: Kencana.
- Setiawan, W. (2014). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 (1), 2.
- Sihombing, T. (2021). Pengaruh Minat, Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Ultima*, 13 (1), 184.
- Soeprihanto, S. d. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Suandana, N. P. (2016). Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion terhadap Niat Membeli Kembali Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. 10 (1), 85.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek* . Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *THE MESSENGER*, 37.
- Widarjono. (2009). *Ekonomika Pengantar dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Wijaya, M. H. (2013). Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1 (4), 109.