

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chaniago, A. (2017). *Teknik Pengambilan Keputusan (Pendekatan Teori Studi Kasus)*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1).
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Dzulkharnain, E. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(2).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. In *Yogyakarta: Deepublish*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear Berganda (Tutorial SPSS Lengkap)*. Skripsi Bisa.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z et al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. In *Medan: Yayasan Kita Menulis*. Yayasan Kita Menulis.
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2005). *Strategi Manajemen Pembelian dan Supply Chain*. PT Grasindo.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan

- Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol, 21(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 14). Gelora Aksara Pratama. <https://osf.io/preprints/inarxiv/tb2zd/>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Nainggolan, N. T., Munandar, M. et al. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, O. H., Halim, F et al. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Setiawan, S. (2019). Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS Versi 24. In *Statistik*. PPNI Qatar.
- Stewart, G. (1995). *Manajemen Penjualan: Kiat Membentuk Tim yang Tangguh*. Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. ALFABETA.
- Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2008). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021).
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasaran jasa*. Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing* (Edisi 3). Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi* (Edisi I). ANDI.
- Winardi. (1991). *Pengantar Manajemen Penjualan*. Citra Aditya Bakti.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran - Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.