

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- [2] A. Firmansyah, *Peilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [3] D. K. Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2021.
- [4] J. Juliana, T. Jessica, M. Widodo, and J. Tanubrata, "Consequences Customer Satisfaction : Service Quality and Perceived Value in the Moments Of Truth," *J. Ecodemica J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 113–122, Aug. 2021, doi: 10.31294/eco.v5i2.9519.
- [5] Hery, *Manajemen Pemasaran.pdf*. Jakarta: PT. Grasindo, 2019.
- [6] Melati, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- [7] D. K. Sawlani, *Digital Marketing: Brand Images*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2021.
- [8] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- [9] D. Sukardi, *Manajemen Merek dan Strategi E-Commerce: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2020.
- [10] A. Widiwati and M. R. Ruslan, "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Pada Merek Raja Iro di Makassar," *J. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 8, 2019.
- [11] L. Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- [12] Lustono and F. Laila Cahyani, "Pengaruh Media Promosi Digital Atau Online Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara," *J. Med. STIE Tamansiswa Banjarnegara*, vol. 20, 2020.
- [13] V. Senggetang, S. L. Mandey, and S. Moniharapon, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing)," *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, 2019.
- [14] G. W. D. Giri and M. Jatra, "Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian," *J. Manaj.*, 2014.
- [15] R. Suryani and G. B. Adhitama, "Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merk

Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Guyub Rukun Mart Banjarmangu, Banjarnegara,” *Medikonis*, vol. 12, no. 1, pp. 26–37, 2021, doi: 10.52659/medikonis.v12i1.33.

- [16] E. S. Tanady and M. Fuad, “Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta,” *Manaj. Pemasar.*, vol. 9, no. 021, 2020.
- [17] Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2020.
- [18] S. Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- [19] J. Arifin, *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017.
- [20] F. Nur’aini, *Pnaduan Melakukan Riset Pemasaran*. Yogyakarta: Quadrant, 2016.
- [21] B. Sudaryana, *Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2018. doi: 978-602-475-976-6.
- [22] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, IV. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009.
- [23] E. Rochaety, R. Tresnati, and A. M. Latief, *Metodologi penelitian bisnis dengan aplikasi SPSS*. 2019.