

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2022). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi* (Edisi ke 5). Jakarta : Salemba Empat.
- Alma, Buchari. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swasta. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.: Liberty.
- Darmawan, I. G. D., & Pramudana, K. A. S. (2022). *Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Bali*. E-Jurnal Manajemen, 11(2), 255–276. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2022.v11.i02.p03>
- Fera, Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Fitriana Wulandari, H. B. U. (2020). *Pengaruh Kualitas Pro Duk, Harga, Dan Promosi Terh Adap Keputusan Membeli Handphone Realme Di Matah Ari Singosaren Surakarta*. *Journal of Business And Management*, 7(1), 88–97. Retrieved from <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* ((Edisi 8).). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2021). *Marketing Management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lugina Ahjan Wijaya, Wahyu Prasetyo, Muhamad Ari Maulana, D. K. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Galuh Mas Karawang*. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09 (01), 114–121. Retrieved from <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2331>
- Lupiyoadi, R. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Mursid. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M. N. (2020). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality. Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Novia Sriwahyun, N. L. W. S. T. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kabupaten Buleleng*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 152–163. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v13i01.32612>
- Novianti, L., & Sulivyo, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pe Mbelian Pada Smartphone Made In China Di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang*. *Jurnal Cafetaria*, 2(2), 15–27. Retrieved from doi: <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v2i2.354>
- Regie Ardiansa, S. S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus pada Wilayah Kabupaten Subang*. *Maksipreneurjurnal*, 12(1), 100–114. <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v12i1.934>
- Sari, R., & Prihartono, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap*

- Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. Retrieved from <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>
- Simamora, H. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta.: STIE YKPN.
- Sinta Maryana, B. P. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal Technobiz*, 4(2), 62–69. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Stanton, W. J. M. J. E. and B. J. W. (2022). *Fundamentals of Marketing*. Mc Graw-Hill International, Singapore.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2021). *Perilaku Konsumen, teori dan Penerapan dalam pemasaran*. Bogor : Ghalia, Indonesia.
- Suryani, T. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suwandi. (2022). *Manajemen Pemasaran, Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0*. Bone: Penerbit CV.Eureka Media Aksara.
- Tjiptono., F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.: CV Andi.
- Wijaya, Krisnaldi Arban, Saidani, B., & Parlyna, R. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna Internet . *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan - JBMK*, 2(1), 71-84. Retrieved from <http://pub.unj.ac.id/index.php/jbmk/article/view/174>
- Yuki Christina, T. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha. *JIM UPB*, 4(3), 569–581. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.289>