

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). Manajemen pemasaran (1st ed.). Jakarta: Rajawali pers.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *A Multidisciplinary Journal*, 3(6), 239–244. <https://doi.org/10.21276/sb>
- Assauri, S. (2011). Manajemen pemasaran (11th ed.). Jakarta: Rajawali pers.
- Broto, V., & Wenas, R. S. (2016). ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOBIL TOYOTA AGYA PADA PT.HASJRAT ABADI CABANG BITUNG. *Jurnal EMBA*, 4(2), 154–163.
- Dewi, C., Lie, D., Efendi, & Julyanthry. (2017). PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEH PADA CV SINCO JAYA ABADI PEMATANGSIANTAR. *Jurnal MAKET*, 3(2).
- Gunawan, T., & Agustin, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(April).
- Indrawati. (2015). METODE PENELITIAN MANAJEMEN DAN BISNIS. (D. Sumayyah, Ed.) (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2009). Metode Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi & Manajemen) (1st ed.). Yogyakarta: BPEF-Yogyakarta.
- Juwita, S. O. P. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KREDIT KEPEMILIKAN RUMAH PADA BTN KANTOR CABANG SURABAYA KCP MOJOKERTO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. (A. Maulana & W. Hardani, Eds.) (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Marketing Manajemen. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2012). Manajemen pemasaran.
- Limakrisna, N., & Susilo, wilhelmus hary. (2012). Manajemen pemasaran teori dan aplikasi dalam bisnis (1st ed.). Jakarta: Mitra wacana media.
- Mardiansyah, F., & Khuzaini. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN. Ilmu Dan Riset Manajemen, 6.

Masiruw, C. N., Kawet, L., & Uhing, Y. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA RUSH DI KOTA MANADO. Jurnal EMBA, 3(3), 1023–1031.

Nopriani. (2016). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian kecap manis ABC (studi ud suka maju dk 4D).

Priyatno, D. (2016). Belajar Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS (1st ed.). Yogyakarta: GAVA MEDIA.

Putriani, A. D. (2015). PENGARUH CITRA IMAGE (BRAND IMAGE) DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT . FASTFOOD. SULTANIST, 3(2).

Sanusi, A. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis. (D. A. Halim, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2009a). METODE PENELITIAN BISNIS. bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2009b). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D) (13th ed.). Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharsini Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian.

Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran (1st ed.). Bandung: ALFABETA.

Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN : 2461-0593, 6(September), 1–19.

Tjiptono, F. (2008). service management mewujudkan layanan prima. (Dwi Prabantini, Ed.) (1st ed.). yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2009). Metodologi Penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis (2nd ed.). Jakarta: Rajawali pers.

Umar, H. (2010). DESAIN PENELITIAN MANAJEMEN STRATEGIK (1st ed.). jakarta: Kharisma Putra Utama Offset.

Walker, D. (2011). Mendahulukan Kepuasan Pelanggan. (Y. I. Wahyu, Ed.). Tangerang selatan: BINARUPA AKSARA publisher.

Wibowo, A. E. (2012). Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. (A. Djojo, Ed.) (1st ed.). Yogyakarta: GAVA MEDIA.

- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Yuliana, I. (2016). Pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.