

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan, *19*(1), 64–72.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa, *6*(1).
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian, *1*(2), 179–189.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Effect Of Quality Perception , Brand Name , And, *8*(2).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung, *7*, 17–32.
- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi Kasus Pada Mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta), *16*(2), 205–210.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen(Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid I* (Edisi 12). Jakarta.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian, *56*(1), 75–81.
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online, *2*(3), 381–390.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian Ipteks*, *3*(1), 73. <https://doi.org/10.32528/Ipteks.V3i1.1880>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta, *14*(2), 60–69.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern* (2 Ed.). Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk

- Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor, *14*(1), 16–23.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, *14*(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.V14i1.2445>
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Senggetang, V., Mandey, Si. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado, *7*(1), 881–890.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pe). Malang: Ub Press.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. (S. Y. Suryandari, Ed.) (3 Ed.). Bandung: Cv. Alfabeta.
- Wibowo, E. Agung. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik, *3*(1), 11–18.