

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kelima. Alfabeta : Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam. Alfabeta : Bandung.
- Amalia, N. 2019. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)”. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6 (2): 96-104.
- Amilia, dkk. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 6 (1) : 660-669.
- Andrianto, H. & Idris. (2013). “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang”. *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3), 1-10
- Adhitama, B. 2021. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sarden Bantan di Banyuwangi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Boyd, dkk. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi 2. Jilid 2. Erlangga : Jakarta.
- Firmansyah dan Haryanto. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa*. Duta Media : Pamekasan.
- Gifani. 2017. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO Pada Mahasiswa Universitas Telkom”. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 10 (2) : 81-94.
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan. Kedelapan. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ijje, 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Sebagai Intervening. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi 11. Jilid 1. INDEKS Kelompok Gramedia : Klaten.
- \_\_\_\_\_. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Marketing Management 14<sup>th</sup>. Edition New Jersey : Pretice Hall.*
- \_\_\_\_\_. 2014. Prinsip-Prinsip Manajemen. Erlangga : Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall.* Edisi Kedua Belas. *Pearson Education England.*
- Lubis, I. dan Rahmat H. 2017. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan”. *Jurnal Ilman*, 5 (1): 15-24.
- Lupiyoadi,R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3 Salemba Empat : Jakarta.
- Memah. D. 2015. “Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di *Citraland* Manado”. *Jurnal EMBA* 3 (1) : 11263-1273.
- Matdio, S. 2020. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan”. *Jurnal Kajian Ilmiah*. 1 (1) : 1-3.
- Nasution, *et al.*, 2019. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan”. *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1): 194-199.
- Nurhayati, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*. 4 (1) :60-69.
- Octafilia,Y, *et al.*, 2020. “Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pelanggan Karaoke Keluarga di Kota Pekanbaru”. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1 (1) : 1-12.
- Ong, I. 2013. “Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincou Station Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (2) : 1-11.

- Rachmawati dan Andjarwati. 2020. "Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan)". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* 7 (1) : 25-29.
- Ratnasari dan Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Reni, Y. 2020. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Di Cikarang". *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2 (4): 542-548
- Reven, D dan A. T. Ferdinand. 2017. Analisis Pengaruh Design Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management* 6 (3) : 1-13.
- Ramadhan, M. 2021. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Café Dalem Kopi Surabaya. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Saputra. 2020. "Pengaruh *Digital Marketing*, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen*, 9 (7) : 2596-2620.
- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. ANDI : Yogyakarta.
- Sholihat, A. 2018. "Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie". *JOM FISIP*, 5 (1) : 1-15.
- Sulikah, *et al.*, 2021. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar *Online* Ruang Guru di SMAN 1 Banyusari Karawang". *Jurnal Mahasiswa Psikologi*, 1 (3): 77-86.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi 1. ANDI :Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. CV ALFABETA : Bandung.
- \_\_\_\_\_.2014. *Metode Penelitian Manajemen*. ALFEBTA : Bandung.
- \_\_\_\_\_.2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Kedelapan. Alfabeta : Bandung.
- Sujarweni. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*. Pustaka Baru Press : Bantul.

Tunggal, A. 2005. Brand Management (Suatu Pengantar). Harvarindo : Jakarta.

Tjiptono. F. 2014. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. ANDI : Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi Keempat. ANDI : Yogyakarta.

