

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013),(2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anam, Muhammad, et al., 2021. *Pengaruh Kualitaas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion MerekCitra (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah 4 (1): 1-17.
- Anggraini, Novita. 2020. *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Produk Rabbani di Palembang*. Jurnal Neraca 4 (1): 26-40.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irwana, A. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Lasono, I.N. 2021. *Persaingan Ketat E-commerce Ketat, Shopee Unggul dalam Jumlah Kunjungan Pelanggan*.
- Laksana, Muhammad Fajar. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: CV AL FATH ZUMAR.
- Laksono, E.B., & Magnadi, R.H. 2019. *Analisi Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang*. Diponegoro Journal of Management, 8(3), 60-73.
- Situmorang, Irwanty L. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja di Kota Pekanbaru*. Journal Of Management 4 (1). Fakultas Ekonomi. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesembilan. Penerbit CV Alpha Betha. Bandung.