

## DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., & Hasiolan, L. B. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal) 1*. 2(2).
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 736–748. <https://doi.org/10.33059/jseb.v8i2.431>
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2018). Pengaruh Kuantitas Pelayanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 128–137. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i2.761>
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Budianto, Y. P., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–10.
- Farida, N. (2017). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood Di Supermarket Sarikat Jaya Gresik*. 06.
- García Reyes, L. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iis, N. (2019). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Story-I Mall Alam Sutera*. 3(2), 230–243.
- Irawan, R. (2018). *Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang*. 2(1), 121–129.
- Istikhomah, D., & Susanta, H. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1),

1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24831/22181>

- Khumairo. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang*. 1(1), 262–270.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. 15th Edition. Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). “*Dasar-Dasar Pemasaran*”. Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016b). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lubis, A. A. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. 16(02), 1–11.
- Nurdiansyah, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung*.
- Nurrahman, I. (2016). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung)*. 1(1), 54–63.
- Parapat, D. (2018). Pengaruh, Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang. *E-Journal STIE MDP Palembang*, x, 1–11. <https://core.ac.uk/download/pdf/153523872.pdf>
- Pradwika, D. F. (2018). *Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-commerce Zalora.co.id (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Jakarta)*.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 35–45. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/3153>
- Rahim, R. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Wisatawan untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 1–15.

- Saputra, E., & Ambiyar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 183. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p10>
- Setyawati, H. A., & Kartinah, S. (2017). Penerapan Green Marketing melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *10(2)*, 16–26.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS (Canter for Academic Publishing Service).
- Suryanata, I. G. N. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *Jupe*, 08(1), 86–94.
- Susanto, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Sari Ater Hotel & Resort, Subang. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i2.34>
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Wibisono, A. B. (2016). *Panduan Menyusun Skripsi, Tesis dan disertasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Zeithmal, V. (2016). *Service Marketing (Edisi 5)*. Hill International Edition.