

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.
- Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Kelimabelas. PT Asdi Mahasatya.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5222–5239.
- Buchory, A. H. & S. D. (2016). *Manajemen Pemasaran; Edisi Pertama*. Linda Karya.
- 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>
- 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. (2016a). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016b). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lovelock, C. et. al. (2017). *Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 2*. Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Salemba Empat (ed.)).
- Nurrahman, I. (2016). *Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung)*. 1(1), 54–63.
- Pangestu Budianto, Y., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Od Social and Politic*, 1–10. <http://inwdahsyat.wordpress.com>
- 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)*.
- Putra, R. B. (2020). *The Effect Of Experimental Marketing On Revisit Intention Tourists In Mandeh Island Tourismn Object, Pesisir Selatan Regency*.
- 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.
- Riduwan. (2017). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- 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>
- Swastha, Bashu dan Handoko, H. (2016). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Umar, H. (2017). *Deasain Penelitian MCDM dan Prilaku Karyawan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Zeithmal, V. (2016). *Service Marketing (Edisi 5)*. Hill International Edition.