

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Bairizki, “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna Cake & Cookies),” *J. Valid*, vol. 14, no. 2, pp. 71–86, 2017.
- [2] Dirga Pratama Ongkosaputro & Yunita Budi Rahayu Silintowe, “Citra Merek, Promosi Penjualan Dan Keragaman Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Giordano,” *J. MODUS Ristekdikti- 2017*, pp. 65–78, 2017.
- [3] Melda, E. Arini, and A. T. Yulinda, “PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, CITA RASA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDY KASUS PABRIK KERUPUK LIA JAYA, DESA TALANG PAUH, KEC PONDOK KELAPA BENGKULU TENGAH),” *J. Fak. Ekon. Univ. Muhammadiyah Bengkulu*, vol. 10, no. 2, pp. 167–172, 2018.
- [4] S. B. Camelia and M. S. Dra. Sri Suryoko, “Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian,” *Diponegoro J. Soc. Polit.*, pp. 1–7, 2017.
- [5] A. A. N. D. . Negara, Z. Arifiin, and I. P. Nuralam, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya),” *J. Adm. Bisnis*, vol. 61, no. 2, pp. 202–209, 2018.

- [6] C. J. G. J. Sepang and S. Loindong, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 2221–2229, 2017, doi: 10.35794/EMBA.V5I2.16521.
- [7] Farah Nahlia and Agus Hermani DS, "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR XL (STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNDIP SEMARANG)," *Fisip Undip*, 2016.
- [8] Priansa, *Manajemen Pemasaran*. Bandung : ALFABETA, 2017, 2017.
- [9] H. Samuel and K. Y. Setiawan, "Manajemen Pemasaran," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 12, no. 1, pp. 47–52, 2018, doi: 10.9744/pemasaran.12.1.47.
- [10] S. Nurfitriana and F. Iriani, "Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah," *Sebatik*, vol. 22, no. 2, pp. 56–63, 2018, doi: 10.46984/sebatik.v22i2.308.
- [11] Komang Agus Ardi Ary Wibawa, I Ketut Kirya, and I. W. Suwendra, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor," *e-Journal Bisma Univ. Pendidik. Ganeshha*, vol. 4, no. 1, pp. 1–8, 2016.
- [12] Bagas Aji Pamungkas and S. Zuhroh, "PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG),” *STIE PGRI Dewantara Jombang*, vol. 10, no. 2, 2016, doi: 10.21107/ilkom.v10i2.2518.
- [13] N. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*. 2016.
- [14] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*, 12th ed. Semarang: Macanan Jaya Cemerlang, 2018.
- [15] W. Musa, T. Silitonga, H. Widagdo, and C. A. P, “Pengaruh kualitas produk , harga , place , promosi dan people terhadap keputusan pembelian mobil datsun godan Go + di Kota Palembang,” *Manaj. STIE Multi Data Palembang*, pp. 1–13, 2016, [Online]. Available: eprints.mpd.ac.id.
- [16] D. Aprisal, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Great Store Clothing samarinda),” *eJournal Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 5, no. 3, pp. 815–826, 2017.
- [17] A. R. Nugroho and A. Irena, “The Impact of Marketing Mix, Consumer’s Characteristics, and Psychological Factors to Consumer’s Purchase Intention on Brand ‘W’ in Surabaya,” *iBuss Manag.*, vol. 5, no. 1, p. Vol.5, No.1, 55-69, 2017.
- [18] M. Y. Agustin, “Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian Â Bitung),” *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 16, no. 3, pp. 472–483, 2016.

- [19] Wijayanti, “Pengaruh harga, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo pada pazia phone kediri town square,” *Ekonomi-Manajemen*, 2016.
- [20] A. Amron, “The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars,” *Eur. Sci. Journal, ESJ*, vol. 14, no. 13, p. 228, 2018, doi: 10.19044/esj.2018.v14n13p228.
- [21] H. Hasmiati, I. Thaief, M. Hasan, M. Dinar, and R. Rahmatullah, “The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akkhwat Makassar,” *Pinisi Bus. Adm. Rev.*, vol. 2, no. 2, pp. 57–68, 2020.
- [22] Y.-S. Chen, T.-J. , Chen, and C.-C. Lin, “The Analyses of Purchasing Decisions and Brand Loyalty for Smartphone Consumers,” *Open J. Soc. Sci.*, vol. 04, no. 07, pp. 108–116, 2016, doi: 10.4236/jss.2016.47018.
- [23] Y. Bilgin, “the Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty,” *Bus. Manag. Stud. An Int. J.*, vol. 6, no. 1, 2018, doi: 10.15295/v6i1.229.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R{&}D*. 2017.
- [25] H. Usman and N. Sobari, *Aplikasi Teknik Multivariate*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2017.
- [26] H. Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.

Jakarta :Rajagrafindo Persada, 2017.

[27] Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*. 2015.