

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. Dan Alexander, L.Biel. (2019). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Hillsdale.
- Achidah, Nur, M, Mukery Warso dan Leonardo Budi Hasiolan. (2016). Pengaruh Promosi, Harga dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal). *Jurnal of management*. Vol.2 No.2.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-13. Bandung. ALFABETA.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomy Di kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Vol.8 No.1.
- Assauri, Softjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Rajawali Press. Jakarta.
- Assauri, Softjan. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- August, Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Enis, Ben. (2018). *Principles Of Marketing*. Mc Graw Hill Book Coy. New York.

- Feigenbaum, A.V. (2022). *Kendali Mutu Terpadu*. Penerbit Erlangga.
- Fouratama, Fijar dan Zainul Arifin. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 pengguna Oppo *Smartphone*). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.56 No.1.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Indrawati, ph.D. dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Cetakan ke-1. Bandung. PT Refika Aditama.
- Imantoro, Fatih, Suharyono dan Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.57 No.1.
- Jakpar, Shahrudin, Na, A.G.S, dan Johari, Anita. (2022). Examining The Product Quality Attribute That Influences Customer Satisfaction Most When The Price Was Discounted: A Case Studi In Kuching Sarawak. *International Journal Of Bussiness and Social Science*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Gelora Aksara Pratama.

- Kertajaya, Hermawan. (2017). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Lotulung, Selvany Chichilia dan Joice Lopian dan Silcyljeova Moniharapon. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan WOM (*Word Of Mouth*) terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Evercoss pada CV. Tristar Jaya Globalindo Manado. ISSN:2303-11. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3. hal 817-826.
- Ong, Ian Antonius dan Sugiono Sugiharto. (2023). Analisa Pengaruh Strategi *Diferensiasi*, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.1 No. 2. hal 1-11.
- Payne. A. (2017). *Pemasaran Jasa I*. Andi and Pearson Education. Yogyakarta.
- Prawirosentono, Suyadi. (2014). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Rachman, Mohammad Munir, (2017). *Aplikasi Komputer Statistik*. Adi Buana University Press. Surabaya. ISBN:978-602-5793-23-3.
- Rachman, Mohammad Munir, (2018). *Metodologi Penelitian*. Adi Buana University Press. Surabaya. ISBN:978-979-8559-75-4.
- Rangkuti, Freddy. (2022). Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strategi Meningkatkan Kepuasan

Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP. PT Gramedia
Pustaka Utama. Jakarta.

Ratri, Lutiary Eka. (2017). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*.
Jakarta. Salemba Empat.

Reven, Daniel dan Augusty Tae Ferdinand. (2017). Analisis
Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga
Kompetitif dan Citra Merek terhadap Keputusan
Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection
Jakarta). *Diponegoro Journal Of Management*. ISSN: 2337-
3792. Vol. 6 No 3. hal 1-13.

Saladin, Djaslim. (2017). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*.
Jakarta. Salemba Empat.

Schiffman dan Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen*. Terjemah Edisi
7. Jakarta. Erlangga.

Shultz William J. (2015). *Outline Of Marketing*. Littlefield, Adams
& Co, Shaun Smith. 2003. *Customer Experience
Management. A Revolution Approach To Connecting With
Your Customers*, John Wiley. Inc.

Simambow, Sandy dan Irvan Trang. (2015). Pengaruh Harga,
Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap
Keputusan Pembelian pada Toko Komputer Game
Zone Mega Mall Manado. ISSN: 2303-11. *Jurnal EMBA*.
Vol.3 No.3. hal 300-311.

Stanton, William J. (2023). *Prinsip Pemasaran*. Jilid I. Erlangga.
Jakarta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan ke-11. Bandung. ALFABETA.
- Suharno dan Yudi Sutarno. (2020). *Marketing In Practice*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sunyoto. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-3. Yogyakarta. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor. Penerbit IN MEDIA.
- Supriyadi, Wahyu Wiyani dan Ginanjar Indra K.N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan manajemen*. Vol.4 No.1.
- Sutisna. (2021). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan I. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Swasta, B & Irawan. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Jakarta.
- Tandjung, Jenu Widjaja. (2014). *Marketing Manajemen Pendekatan Pada Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Banyu Media Publising Malang.
- Tjiptono. (2018). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.

Wahid, Muhammad Agus. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Pengguna Motor Matik Suzuki NEX FI). Skripsi, Tidak Dipublikasikan. Semarang. Universitas Diponegoro.