

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Wardhana, S. I. H. dan K. S. (2019). *Riset Pemasaran* (SonaSonjaya (ed.)). CV Anugrah Adi Cipta.
- Ahmad Setiadi. (2017). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Humaniora Bina Sarana Informatika* , Vol. 16 No. 2.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan: Vol. XVI* (Issue 1).
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Aulia Agustina, N., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCTS, BRAND IMAGES, AND PRICES ON PURCHASE DECISIONS. In *Jurnal Penelitian Ipteks* (Vol. 3, Issue 2).
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.
- David L. Mothersbaugh, D. I. H. S. B. K. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (14th, berilustrasi ed.). McGraw-Hill Education,.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed). andi offset.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H buchari alma. (2016). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. alfabet.
- Handayani, L. (2020). Keuntungan, Kendala dan Solusi Pembelajaran Online Selama Pandemi Covid-19: Studi Ekploratif di SMPN 3 Bae Kudus. *JOURNAL INDUSTRIAL ENGINEERING & MANAGEMENT RESEARCH (JIEMAR)*,

1(2), 2722–8878.

<https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i2>

- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Haryanti, S. S. dan L. N. (2016). Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Kerajinan Gitar di Kabupaten Sukoharjo). *AKTUAL*, 2(1).
- Kharisma, F., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2017). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA ALL NEW AVANZA (STUDI PADA PELANGGAN DI DEALER AUTO 2000 A.YANI)*.
- Kotler, P.& Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (Edisi 16 G). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. . & K. K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. K. . (2016). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga .
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 13 jilid 1 dan 2). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. dan I. R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba empat.
- Mardiana, I. Z. and N. F. I. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, PRODUCT INOVATION, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK.(STUDI KASUS MASYARAKAT DESA TANJUNGSARI, KECAMATAN BOYOLANGU, KABUPATEN TULUNGAGUNG). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(8), 2051–2068.

- Nainggolan, N. T. and M. M. and S. A. and N. L. E. and F. F. and H. P. and A. D. P. Y. and S. A. and G. D. and M. N. and others. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Ninin Non Ayu Salmah. (2015). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIKA SARI AYU PADA TOKO LA TAHZAN PALEMBANG. *Media Wahana Ekonomika*, 12, 1-13.
- Nurmono. (2022). PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BURGER KING DI BOTANI SQUARE BOGOR. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 2(2), 214-224. <https://www.topbrand-award.com>
- Peter, J. P. author. (2013). *Consumer behavior and marketing strategy* (Vol. 2). salemba empat .
- Philip Kotler, G. A. (2017). *Principles of Marketing* (17th, berilustrasied.). Pearson Higher Education,.
- Prawiro, M. (2018). *Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-Jenis Harga*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Alfabeta.
- Purwati, H. S. R. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (studi kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi*, 2(3), 1-18.
- Rizkia, D. . & M. P. N. (2021). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ADITI COFFEE HOUSE & SPACE DI ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* , 18(1), 71-86.

- Romdonah, R., Fathoni, A., Mm, S. E., Haryono, A. T., Jurusan, M., Fakultas, M., Universitas, E., Semarang, P., & Jurusan, D. (2015). *PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DEALER HONDA PRATAMA KURNIA KASIH)*.
- Rudy susanto. (2021). Pengaruh harga dan iklan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450–457.
- Rumengan, A. N., Tawas, H. N., & Wenas, R. S. (2015). Analisis Citra Merek. *Kualitas... 684 Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694. http://www.rajamobil.com/daftar-harga/mobil-baru/daihatsu_ayla_
- Schiffman dan Kanuk. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.).
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabete.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabet. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Supranto. (2012). *Metode Riset* (2nd ed.). Rineka Cipta.
- Vincent Gaspersz, A. F. (2011). *Lean six sigma for manufacturing and service industries : waste elimination and continuous cost reduction* (Ed. rev.). Vinchristo Publication,.
- Wahyuni, T., Program, A. Z., & Agribisnis, S. (2020). *PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUDAK DI TOKO SARI KELAPA*. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>