

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, T. (2013). The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing the mediating role. Case analysis in an international service company. *Journal of Business and Retail Management Research*, 8(1), 130–153.
- Akkas, N. (2016). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada P.T. Hadji Kalla Cabang Palu. *Katalogis*, 4(1), 25.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Diwati, F., & Santoso, T. I. (2015). Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication ( IMC ) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Bisnis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta Influence of Strategies Integrated Marketing Communication ( IMC ) to Consumer Buying Decision. *Jurnal STIEBBANK*, Vol. 6, No(Imc), 33–54.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg, P. (2010). *CRM at the speed of light: Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer*. McGraw-Hill, Inc.
- Gudono. (2015). *Analisis Data Multivariat*. BPFE - Yogyakarta.
- Juni Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall. (14th ed.). E. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Prentice Hall, In.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis (Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. ALFABETA.
- Morissan, A. . (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.

- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202–224.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Ridwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian*. ALFABETA.
- Riyono, & Gigih Erlik Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. SALEMBA EMPAT.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara(Persero),Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square*. 2(November).
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. IN MEDIA.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk Iphone ( Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 3(1), 1–10.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Indonesia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi,(Mixed Methods)*. Alfabeta Indonesia.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (A. Cristian (ed.)). ANDI.
- Sunyoto, D. (2013a). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Sunyoto, D. (2013b). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Supariyani, E., & Marpaung, B. S. (2013). Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.251>
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. KENCANA.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. Pustaka Setia.

- Tambajong, G. (2013). *Bauran Pemasaran, Volume Penjualan , Purposive Sampling. 1*(3), 1291–1301.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Publisher.
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 132–139.
- Walukow, A. L. P., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *EMBA*, 2(3), 1737–1749.
- Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan (dengan Excel dan SPSS)*. UPP STIM YKPN.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wikipedia. (2021). *Pelanggan*. Lisensi Atribusi-BerbagiSerupa Creative Commons.
- Yuniaris, W., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2006). *Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap. March*.

