

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulla, T., & Tantri, F. (2014). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Agus, K., Ary, A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2016). *Effect of Product Quality , Price , Advertising and Brand Image on Motorcycle Purchase Decisions*. 4(2).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cravens, D. . & P. N. F. (2013). *Strategi Marketing Edition 10*. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Djatnika, T. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Edbert, S., Tumbel, A., & Tumbuan, W. A. (2012). Pengaruh Image, Harga, Iklan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1035–1044.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian Kalitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. CV. Jejak.
- Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 319. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.710>
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunnarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Terhadap Konsumen Mi Instant Merek Indomie di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180–187.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles Of Marketing, Twelelth Edition (Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Manajement, Thirteenth Edition (Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas)*. Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management, Global Edition*. Publishing as Prentice Hall.
- Kotler, P. & G. A. (2010). *Prinsip-prinsip pemasaran (2nd ed)*. Erlangga.

- Kotler, P. and K. L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. K. (2012). *Marketing Management, 12 Edition*. Person.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*. Mitra Wacana Media.
- Nur Indriantoro & Bambang Supomo. (2018). *Metologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. ANDI.
- Peter, J, Paul, Jerry, C, O. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa Damos Sihombing.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Priansah, Juni, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Pustaka Setia. <https://doi.org/Buku-Circulations>
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengelolaan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Jakat Publishing.
- Rahmawati, D. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Pada Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Es Wall'S Buavita Di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(2), 509–519.
- Rita Taroreh, G. D. (2016). Analisis strategi diferensiasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah kopi coffee island. *Electronic Journal of Business & Management*, 4(1), 460–471.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Savitri, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253221.
- Setiadi. (2013). *Konsep dan Praktik Penulisan Riset Keperawatan*. Graha Ilmu.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspects of Intereted*

*Marketing Communication 8th Edition*. Nelsen Education,Ltd.

Sitompul, S. S. (2019). Model Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 322–334. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>

Stanton, William, J. (2005). *Prinsip Pemasaran Edisi Revisi*. Erlangga.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV.Andi Offset.

Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian* (21st ed). Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-20*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed). Alfabeta.

Sumarauw, J., Soegoto, A., & Tampi, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 990–999.

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. CV.Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi ke-3*. Andi(Anggota IKAPI).

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*.

Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal studi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1–18.

Wibowo, lili adi & Priansah, donni, juni. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* . Alfabeta.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux ( Survei Pada Pengunjung Mega

Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–15.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS* (2nd ed). STIM YKPN.

