

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, S., & Asmara Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian *handphone* merek xiami dikota langsa. *Jurnal Manajemen dan keuangan* , 6(1), 660-669.
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merk, Harga Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2288-2297.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Presepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity* , 1(2).
- Feriyanto, A., & Endang, S. T. (2015). *Pengantar Manajemen (3in1)*. Media Tera.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Cetakan Pertama Graha Ilmu.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis dan IPTEK* , 10(2) 81-94.
- Hananto, K. (2015). Pengaruh Brand Image dan Country of origin Image Terhadap Minat Pembelian Iphone. *PARSIMONIA Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , 2(2) 13-22.
- Kolopita, D. A., & Soegoto, A. S. (2015). Analisis Atribut Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Ertiga di Kota Manado. *EMBA Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 3(2).
- Kotler, p., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Edisi 12. Penerbit Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa, Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Edisi 3 Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Ridho Bramulya, I. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Presepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (studi pada PT. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* , 6(4), 3713 – 3722.
- Mastuti, G. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda Pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* , 11(2) 81-94.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santosa, B. (2018). Kaitan citra merek, Presepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian Ipteks* , 3(1) 73-85.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Puspitasari, F. (2008). *Apakah Diskon Itu?*. Sleman.: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Ramadhan, F. R., & Rachmawati, I. (2018). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (studi Pengguna Oppo di kota Bandung). *eProceedings of Management* , 5(3) 3131.

- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. (2011). Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Cetakan ke-1. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Rusdiana, & Irfan. (2014). Sistem Informasi Manajemen. Bandung: pustaka setia.
- Sangadji, M., & Sopiah. (2013). Peilaku Konsumen. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Vivo Smartphone Pada PT. Salim Surya Phone di Samarinda,. *eJournal Administrasi Bisnis* , 8(1).
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Cetakan ke-12 Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Caps.
- Surachman. (2008). Dasar-Dasar Manajemen. Edisi pertama. Bayumedia Publishing.
- Terry, R. G. (2014). Prinsip-Prinsip Manajemen. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI.
- Trenggonowati. (2009). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Edisi Pertama Bpee Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Brand Image, Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo*. Universitas Negeri Yogyakarta.