

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121–138. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>
- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, J., Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9986>
- Asadifard, M., Aziz, Y. A., Rahman, A. A., & Hashim, H. (2015). A Review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 6(3), 229–233.
- Avriani, P., Trihudyatmanto, M., & Purwanto, H. (2021). Citra Merk:Memediasi Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Provider TRI Di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah Di Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 1(1), 49–59.
- Bob, S. (2012). *Manajemen Pemasarn*.
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukan Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekananda, M. (2015). *Ekonometrika Dasar Untuk Penelitian Ekonomi, Sosial dan Bisnis* (pertama). Wacana Media.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fandi, T. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Farisa Hasna Nadiya & Susanti Wahyuningsih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second di Marketplace (Studi pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimas*, 3, 1096k-1104.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Gitosudarmo, I. (2008). *Manajemen Pemasaran* (1 cetakan). BPFE.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, Market Orientation, and

- Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. In *Journal of Marketing* (Journal of, Vol. 62, Issue 3). <https://doi.org/10.1177/002224299806200303>
- Jacob, A. A. L. M. Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 988–997.
- Jenni Tarigan, D. M., Fernando Sihotang, B., kaliaga, K., Panggabean, A., & Gulo, K. (2020). Jurnal Global Manajemen-Prodi S1 Manajemen FE UDA 128 Halaman 127-Abstrack Effect of Product Quality, Price and Promotion on Beverage Purchase Decisions Coca-Cola in PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Branch Medan. *Jurnal Global Manajemen-Prodi S1 Manajemen FE UDA*, 9(2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012a). *Prinsip-Prinsip Manajemen*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012b). *Prinsip-Prinsip Manajemen*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, & K. (2012). *Marketing Management*.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing*. Person Education Limited.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/2355-1488>
- Lupiyoadi, adrian P. (2013). *Pemasaran Jasa*.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Manullang, & Hutabarat, E. (2016). Manajemen Pemasaran. In *manajemen pemasaran* (pertama, p. 240). Indomedia Pustaka.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nasution, Siti Lam'ah. Limbong, C. N. D. (2020). Pengaruh Kualita Produk, Clitra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shoppe (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas

- Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43–54.
- Naury, F. D. (2010). *Implementasi Theory of Planned Behavior dalam Adopsi ECommerce oleh UKM (Studi pada UKM yang berada di Kota Surakarta Tahun 2009)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Nugroho. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Sipta Media Creative.
- Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Azyan Mitra Media.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–11.
- Renjani, M. . (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola (Study pada konsumen Coca-Cola di Kelurahan Tompokersan Lumajang). *STIE Widya Gama Lumajang*.
- Rosita, I. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-Shirt Samesame Clothing). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Almana)*, 1.
- Sangadji, E. M., & S. (2013). *Prilaku Konsumen*.
- Sangadji, E. M., & Shopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*.
- Sari, P. I. S. (2021). Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Harga, dan citra Merek terhadap keputusan Pembelian Minuman Yakult di Kota Lhokseumawe (Studi Konsumen Yakult Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Kampus Bukit Indah). *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 80–97.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, Prof Dr. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sulistian, O. (2011). *Komponen pembentuk citra merek*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*

- (A. Cristian (ed.); I). Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi Untuk uji Hipotesis*. CAPS.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Indomedia Pustaka.
- Susanto, D. A. (2004). *Sistem Informasi Manajemen konsep dan pengembangannya*.
- Tangka & Tawas & Dotulong. (2022). Pengaruh Iklan dan Ctra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRAT Angkatan 2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 383–392.
- Tangka, G. C., Tawas, H. N., Dotulong, L. O. H., Iklan, P., Citra, D. A. N., Terhadap, M., Beli, M., Keputusan, D. A. N., Sepatu, P., & Ventela, M. (2022). *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 , Januari 2022 , Hal . 383-392*. 10(1), 383–392.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran, Edisi Tiga*. Andi Offset.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Wahyuni, Sri & Ginting, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Astra Motor Di Jakarta. *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Wardati, W. (2021). *Pengaruh Harga, Iklan, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar OPPO di Kota Banjarmasin*.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, Amos dan Smart PLS*. UPP STIM YKPN.
- Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. *Journal of Economic and Economic Education*, 2(2), 165–173.
- Yesi, R. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Giant Supermarket di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 524–548.