

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Aris. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I.P.G., & Cahya, K. N. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada LnC Skin Care Singaraja. *Journal Ekonomi dan Bisnis*.02. (01). 22-29.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. Bandung: Satu Nusa.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Febriyani, N. L., Barlian, N. A., Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang. *ITB Wiga Lumajang: Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 185-195.
- Hermanto, R., Kasim, K. T., & Barlian, N. A. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. *ITB Wiga Lumajang: Progress Conference*, 1(1), 283-291.
- Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gamis *Brand Aulia Fashion* (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang - Lumajang). *ITB Wiga Lumajang: Journal of Organization and Business Management*, 8(2), 63-70.
- Irawan, R., Nawangsih, Sulistiyah, R. B. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga, terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *ITB Wiga Lumajang: Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121-129.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. 2nd. ed. 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler & Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip, Armstrong, & Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: PT Index Kelompok Gramedia.
- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga, terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api di Lumajang. ITB Wiga Lumajang: *Progress Conference*, 1(1), 283-291.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Paramita, R. W. D. & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Azyan Mitra Media: Yogyakarta
- Philip & Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Philip, Kotler, & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Rahayu, S. S., Taufik, M., & Ato'illah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pembelian Susu Segar UD. Adil Brothers Senduro.. ITB Wiga Lumajang: *Journal of Organization and Business Management*, 2(3), 194-199.
- Sari, E. Y. L. M., Ermawati, E., & Ato'illah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Berkarbonasi Coca-Cola (Studi Kasus pada Toko Fajar Jaya). ITB Wiga Lumajang: *Journal of Organization and Business Management*, 4(4), 248-257.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi 2, Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Schiffman, Leon, G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. 7th Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako”. Volume 6, Nomor 9. e-ISSN: 2461-0593

Supranto. (2001). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.

Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan keempat. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Syafi’I, A. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: eLKaf, 2005).

