



DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B & H M Hermansyur 2018, 'Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 19 No. 1, 2018, 64-72, DOI: <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>.
- Ayuniah, Putri. 2017. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok)".
- Christy Jacklin Gerung Jantje Sepang Sjendry Loindong. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017, Hal. 2221 – 2229.
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Edi Cahyono, 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. JBMA-Vol V, No 1, ISSN 2252-5483.
- Firmansyah, M. Anang (2019), *Pemasaran: Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*, Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Cetakan VIII, Semarang: Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Habibah, Ummu & Sumiati., 2016. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura*. Jurnal Ekonomi & Bisnis. Vol. 01. No. 01. Hal. 31-48.
- Hair, J. F. J., H. E. Anderson, R. L. Tatham, dan W. C. Black (2014), *Multivariate Data Analysis With Readings*, New Jersey: Engelwoods Cliff.
- Igir, Fani Gloria, Jhony R.E Tampi dan Henny Taroreh. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian mobil Daihatsu grand max pick up*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6.
- Kotler, Philip (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2016), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kurniawan, Arief R. (2018), *Dasar-Dasar Marketing*, Yogyakarta: Quadrant.
- Kuspryo, Taat 2016, 'Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma)', *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7, No. 1.

© Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Manap, Abdul (2016), *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Noor, Juliansyah (2015), *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenada Group.

Ratnasari, Aprilia Dewi dan Harti. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Unesa* Vol 3 No.3.

Roisah, Riris dan Dwizna Riana 2016, 'Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen', *Ecodemica*, Vol. IV No. 1 April 2016.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Jakarta: Salemba Empat.

Sholihat, Apriwati 2016, 'Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie', *Journal of Management FISIP* Volume 5, Nomor 1.

Winata, Edi 2020, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIM Sukma Medan)', *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 8, Issue 2, September 2020, pages 25-32.
<http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>.

Wulandari, Rizky Desty, Donant Alananto Iskandar (2018). "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik".

www.databoks.katadata.co.id. 2017, *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia?*,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/03/berapa-konsumsi-kopi-indonesia#:~:text=Konsumsi%20Kopi%20Indonesia%202000%2D2016&text=Pada%202000%2C%20konsumsi%20kopi%20Indonesia,selalu%20mengalami%20pertumbuhan%20hingga%202016>. Diakses pada 1 September 2021.

www.topbrand-award.com 2020, https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-nt/?tbi_find=janji%20jiwa Diakses pada 10 Oktober 2021.

www.Liputan6.com 2019, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4140819/buka-700-gerai-dalam-setahun-janji-jiwa-kantongi-rekor-muri> Diakses pada 15 Oktober 2021

©Harta Milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.