



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdullah, T & Tantri, F (2018). *Manajemen Pemasaran*, Penerbit : PT Rajagrafindo Persada, Depok

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 12). Jakarta: Salemba Empat

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Inerasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press

Kotler Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler P., & Armstrong, G (2021). *Principles of Marketing Global Edition* 18th Edition. London: Pearson Education.

Laksana, F. (2019). *Praktis Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Khalifah Mediatama.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

Adhita, RM dan Maskan, M (2018) “Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Roti Boy MOG Malang” Volume:4 Nomor:2,

Anggrani, AR & Soliha E (2020) “Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang” Al Tijarah: Vol. 6 No. 3 (Special Issue) er (96-107) p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN:2528-2948 Available at: <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>

Chandra, AP & Santoso, T (2019) “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan di Outlet Mini Melts Surabaya” Agora Vol. 7, No.1

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

Maharani, S (2019) “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut” Vol. 2, No. 1, ISSN: 2622-6367 (ONLINE) IQTISHADEquity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pradana, D, Hudayah, S, dan Rahmawati (2019) “*Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor*” Available online: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA> K I N E R J A Volume 14 (1)

Syamsidar, R dan Soliha, E (2019) “*Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang)*” JBE Vol. 26, (2): 146 - 154, Jurnal Bisnis dan Ekonomi <https://www.unisbank.ac.id/ojs>; email:jbe@edu.unisbank.ac.id

INTERNET

<https://www.statista.com/statistics/194395/revenue-of-the-global-toy-market-since-2007/>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Gundam> Informasi Mengenai Gundam.