



DAFTAR PUSTAKA

(1) Buku Teks

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (R. Wijayanti & G. Gania (eds.); Edisi 12,). Salemba Empat.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, CV Penerbit Unitomo Press

Firmansyah, Anang, M. (2018), *Perilaku Konsumen*.

Firmansyah, Anang, M. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9 Semarang : Universitas Diponegoro

Kotler P., Keller, Kevin Lane., Chernev, Alexander. (2022), *Marketing Management* 16e.

Kotler Philip., & Armstrong, Gary. (2021), *Principles of MARKETING*, Eighteenth Edition, Pearson Education Ltd.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing : Nineteenth Edition Global Edition*. Pearson Education Ltd.

Kotler, P., Keller, K., Brady, Goodman, M., & Hansen, T (2020), *Marketing Management* 4th European edition. Pearson Education Ltd.

Schiffman, L., Wisenblit, J. (2019) *Consumer Behavior*. Twelfth edition. New Jersey: Pearson Education.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta

(2) Artikel

Amilia S. & Asmara, M.O. (2017), *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*.

Budiastari, S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta*. Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis, 1(1), 87–106.
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb/article/view/3926>



Darmansah, A., & Yosepha, S.Y. (2017), Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. Universitas Manajemen Unsurya.

Firdausyl, C.M., & Idawati, Rani. (2017), *Effects of Service Quality, Price and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline Tickets in Jakarta, Indonesia*, *International Journal of Management Science and Business Administration* Volume 3, Issue 2, January 2017, Pages 42-49.

Inmanuel, D. M., & Mustikarini, C. N. (2018). Price Perception: Effect of Coupon Proneness and Sale Proneness on Consumer Impulse Buying. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(1), 51–60. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.01.07>

Jumianti., Siti, Saroh., & Hardati, R.N. (2021), Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* , VOL .6, No 1.

Meidyanto, Andy. (2022), Skripsi: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Suprihati., & Wikan, B,M. (2015), Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo *Jurnal Paradigma* Vol. 13, No. 01.