

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Biel. (1993). *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brand*. United Kingdom: Psychology Press.
- Abdullah, T. dan F. T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, K. dan. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anwar, iful, dan Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 4*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchari Alma. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alvabeta.
- Chapman Joe dan Russ Wahlers. (1999). A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model. *Journal of Marketing Theory and Practice, Vol. 7 No, 53–64*.
- Cravens, D. W. (2002). *Pemasaran Strategis edisi 4 jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Eka Pratiwi, D. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada pelanggan MR.K cafe cabang JL KI Mangunsarkoro 15 Semarang)*. <http://eprints.undip.ac.id/75351/>
- Fetrizen, N. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) PT Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP," Vol. 1*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2009). *Edisi Baru Marketing*. CV Alvabeta: Bandung.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE-Yogyakarta.
- Kanuk, S. (2008). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga: Jakarta.

- Kotler, P. (1992). *Market*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Paramita, Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Pakaian UNIQLO di Gandaria City , Jakarta Selatan. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 1254–1266.
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Rofikoh Nur Aqla. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo Pondok Indah Mall Jakarta*. USNI: JAKARTA. https://www.usni.ac.id/repository/index.php?p=show_detail&id=757&keywords=
- Roslina. (2009). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*. Vol 10, No.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sidqi, M. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Uniqlo di kota Jakarta)*. <http://repository.ub.ac.id/177226/>
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sutojo, S. & F. K. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Tirtaatmaja, D. I., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza

pada PT. Hasjrat Abadi Tendean Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, Vol. 9(1). <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23704.90-95>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset, Yogyakarta.

Ulza, E. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*, Vol. 8(1), 59–66.

Venni Saniyatul Mubarakah. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMP Purwokerto). *Skripsi*, 84.

