

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Aaker, D. A., & Biel, A. (2013). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. Psychology Press.
- Agung, I. G. N. (2008). *Manajemen Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*.
- Akbar, M. F., & Haryoko, B. U. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Cabang Cikokol Tangerang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.32493/JEE.v2i2.4170>
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215–221.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.683>
- Astuti, R., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek converse. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204–219.
- Aviani, D. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Yogyakarta*. Yogyakarta. Retrieved from <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/956>
- Azuar Juliandi, Irfan, & Saprinal Manurung. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. UMSU Press.
- Cooper, D. R., & Emory, W. (1995). *Business Research Methods* (5th ed.). Irwin.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Fadriyah, A. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bouquet Fana Jember*. Jember. Retrieved from <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/30180>
- Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62. Retrieved from <https://journal2.upgris.ac.id/index.php/jibeka>

- Gourville, J. T. (2006). Eager Sellers and Stony Buyers: Understanding the Psychology of New-Product Adoption. *HARVARD BUSINESS REVIEW*, 84(6).
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/32911>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. In *Source: Journal of Marketing* (Vol. 57).
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education, Inc.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Laila, E. J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v6n1.p%25p>
- Meijayanti. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Era Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Kopi Janji Jiwa di Bandar Lampung)* (Universitas Raden Intan). Universitas Raden Intan. Retrieved from <http://repository.radenintan.ac.id/19499/>
- Plummer, J. T. (2007). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education.
- Prabowo Rokh Eddy, Indriyaningrum Kis, & Setyani Anggita Dian. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>

- Putri, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Unilever Di Banda Aceh* ( UIN Ar-Raniry). UIN Ar-Raniry. Retrieved from <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14432>
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L., O’Cass, A., Paladino, A., & Carlson, J. (2019). *Consumer Behaviour* (6th ed.). Pearson Australia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (5th ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Solomon, M. R., Askegaard, S., Hogghold, M. K., & Bamossy, G. J. (2019). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (7th ed.). Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung (Studi Kasus Pada PT Maju Telekomunikasi Batam)*. Batam. Retrieved from <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/832>
- Swastha, B. D., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.

Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa ; Desain Servqual, QFD, dan Kano Edisi ke-2* (2nd ed.). Jakarta: Indeks.