

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1).
- Azhari, D. And Fachry, F. 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ubharajaya*. Vol. 2 No. 1.
- Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur*
- Asri Oktiani dan Rozy Khadafi. 2018. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269-282.
- Afif, alif wasfil (2019) *pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian pada industri kerupuk poli cap dua udang di kecamatan gapura kabupaten sumenep*. Skripsi thesis, Universitas Wiraraja.
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung*.
- Darmanto, (2017). *Manajemen Pemasaran: Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Djatmiko, T., & Rezza Pradana. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia-Social and Behavioral Siences*, 221-227.
- Firmansyah, M.Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Startegy)*. Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2019. *Strategi pemasaran, CV Andi Offset, Yogyakarta*.
- Haryani, Dwi Septi. “Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang.” *Jurnal Dimensi* 8, no. 1 (2019).
- Handayani, Langgeng Sri, dan Rahmat Hidayat. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty.” *Jurnal Ikraith-Ekonomika* 5, no. 2 (2022).
- Kamalita, Noor Mirna Asih. (2021) “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Paguyuban Sentra Industri Keripik Dan Tempe Di Kota Malang)*”.

- Kotler, & Amrstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12* (S. . Adi Maulana, S. Devri Barnadi, & S. . Wibi Hardani (eds.); ke-12). Penerbit Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi : CV Al Fath Zumar.
- Listyawati, L., & Subardini, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E – Wallet. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 5(2), 72–89.
- Manumpil, A., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2021). PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK GEPREK BENSU MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1808-1818
- Pratiwi, H., Sinaga, K., Wulandar, S. E., Riyadh, M. I., Andriani, L., & Ginting, S.(2022). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Pada Masyarakat Medan Marelan*. 16(1978), 7197–7210.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke-27. Bandung: CV Alfa Beta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Edisi ke-1.Cetakan 5. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods) (M. Sutopo, Ed.)*. In Bandung: ALFABETA. cv. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Thoifah, Anatut. 2015. *Statisika Pendidikan dan Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Malang: Anggota IKAPI.