

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, N. P., & Kurniawan, Y. (2018). Meningkatkan Higher Order Thinking Skill Dan Sikap Terbuka Melalui Media Pembelajaran Android. *Journal Of Komodo Science Education*, 1(01), 79-94.
- Adiputra, Y. R., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- A, N. F., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 1.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit: BPFE, Yogyakarta
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Erma Widiana, Muslichah dan Bonar Sinaga. 2010. *Dasar–DasarPemasaran*. Karya Putra Dawati:Bandung.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jak sandals bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, I. Q. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hand And Body Lotion Merek "Nivea"*. Malang. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: PT. BUKU SERU.
- Iryanita, R., & Sugiarto, Y. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan). *Journal Of Management*.

- Kartajaya Hermawan. 2009. *New Wave Marketing, The World is Still Round The Market is Already Flat*. Gramedia. Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Edisi ke-13, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, p., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, Fifteenth Edition*. Pearson Education, England.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Lavenia, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Uniqlo Di Mall Of Indonesia*. Jakarta: Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*.
- Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. *Jurnal Manajemen*.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santosa, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian Ipteks*.
- Oktavenia, K., & Ardani, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3, 1374 - 1400*.
- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C., (2007). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi keempat, Erlangga.
- Santika, I. W., & Arini, I. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PRODUK KOPI (Studi Kasus Pada Kopi Nini) DI DESA DEMULIH
KABUPATEN BANGLI. *Jurnal MBE*.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Index.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior Edition (11th ed)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet, Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- Swastha, B. H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F., Gregorius, & Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: PT Andi Offset.
- Wijaya, T. (2009). *Analisis Structural Equation Modeling*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks Kembangan, Jakarta.
- William J. Stanton. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.