

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol 3 No 1.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Amalia. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Management dan Keuangan*, Vol. 6, No.1.
- Amstrong, P. K. (2010). *Principles of Marketing. Edisi 13*. United States of America: Pearson.
- Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran dan Minat Beli. *Jurnal Simbolka*, Volume 3, Nomor 1, ISSN 2442-9198.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayu, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *AKTUAL*, Vol 20 No 1.
- Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Pressindo.
- Firmansyah, F. &. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi.
- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hardiyanti, F. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Organik Di Lampung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, Volume 6, Nomor 1 (2022): 209-217.
- Hussein. (2015). *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least squares. (PLS) dengan smart PLS 3.0*. Malang: Modul ajar jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis.
- Kanuk, L. G. (2016). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Morissan. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Pradana, D. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *K I N E R J A*, Volume 14 (1) 2017, 16-23.
- Qonita, A. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik. *Jurnal EKOBIS DEWANTARA*, Vol 1 No 8.
- Saladin, D. (2015). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sekar, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *AKTUAL*, Vol. 20, No. 1.
- Situmorang. (2018). Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Slamet, R. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Madiun: Penerbit Universitas PGRI Madiun.
- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi Offset

Wibisono. (2012). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian dengan Perilaku Niat Sebagai Variabel*. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen.