

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ananggadipa, Andika, Tjitjih Suharminingsih, dan Abdul Fattah. 2015. "Pengaruh Ekuitas Merek, Kemasan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mr. Big di Royal Plaza Surabaya." 1(2): 124–38.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, T., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications, Inc
- Kasiono, Billal A, Altje L Tumbel, dan Jessy J Pondaag. 2022. "Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengunjung Di Cafe Kopi Lain Hati Tondano) the Influnce of Brand Image , Service Quality and Price Perception on Purchasing Decisions (a Case Study on Visitors At Another Coffe Café Hati Tondano)." *Jurnal EMBA* 10(4): 1795–1806.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Dua Belas, Jilid 2. Alih Bahasa: Bob Sabran, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prenhallindo
- Putra, Jonathan Caesar, dan Ricky Talumantak. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga dan Citra Kenangan Kota Kasablanka." *Jurnal Ilmiah nasional* 4(3): 26–39.

- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power of Brand's*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta : PT.IndeksGramedia
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Prentice Hall.
- Siregar, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Stanton, William J. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Suyanto 2011. Analisis regresi untuk uji hipotesis, Yogyakarta. Caps
- Suparti, Feby Evelyn. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen (Studi pada Konsumen Produk Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4(6): 788–802.
- Swastha, Basu dan Handoko, H., 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.
- Top Brand Award. (n.d.). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=8. Diakses 15 Februari 2023
- Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Wijaya, T. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks.
- Yusra, Irdha, dan Rio Nanda. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Kinol Bistro N’Poll Di Kota Padang.” *Jurnal Pundi* 3(3): 161.