

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group Semarang)*. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13, 67–79.
- Devi, L. K. I. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamaludin, A. (2015). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Kotler. P., dan G. Armstrong., 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller ,Kevin Land ,2009,*Manajemen Pemasaran* Jilid1 Edisi 12, Jakarta :PT Indeks
- Kotler Dan Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 . Erlangga. Jakarta
- Peter,P.J dan Olson, J.C.2014. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat
- Pirendra, A. (2017). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak. com (Studi Pada Mahasiswa*

*Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta.*

Prastowo L (2016). *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian* (Doctoral dissertation, Manajemen-Fakultas Ekonomi).

Prayoga, Arief Bowo dan Samosir, Charlie Bernando. H. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 1(3) : 1-13.

Sugiyono. 2016 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV

Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Utami, Novia, Widya. (2020). *Perkembangan Bisnis Manufaktur di Indonesia*. Insight Talenta. 11 Feb 2020 . Jakarta

Yuniyanti, V. A., & Auliya, Z. F. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Word Of Mouth (Wom), Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Surakarta).