

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ajat Sudrajat, Nuraini, Muhammad Jazim Hamidi. (2020) Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Honda Jazz
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Defriansyah, D., Daud, I., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya) Doni Defriansyah 1 , Islahuddin Daud 2 , & Welly Nailis 3. *JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 8(2), 89–102.
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jembatan/article/view/4023>
- Ekonomi, F., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2018). Salman Farisi. 689–705.
- Fawaid, A., Suharyono, S., & Mawardi, M. (2016). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN YANG BERORIENTASI EKSPOR DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Studi pada PT

- Kharisma Rotan Mandiri di Sukoharjo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 39(1), 1–8.
- Ferrell, O.C & Hartline, Michael D. 2011. “Marketing Strategy” (Fifth Edition). Cengage Learning. USA
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *PERFORMA*, 2(2), 142-150.
- Ghozali, I. 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P and Amstrong, G. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2004). *Marketing Insights From A To Z*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13 jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supranto. J Dkk. (2007). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Yayan. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hepi fashions branded cikarang pusat bekasi. 1–19.