

DAFTAR RUJUKAN

- Albertus Agastya, M. (2015). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 2(1).
- Anderson, N., & Ginting, N. (2021). Brand, Service Quality, and Product Quality Towards Customers Purchasing Decisions at PT. Wahana Jaya Raya Medan. *Jurnal Mantik*, 4(4), 2468-2472.
- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Azwar S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ekasari, N. (2014). *Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi*. Jambi University.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Hakim, Lukmanul dan Saragih, Rinjani. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53
- Indah D, R., Afaia, I., dan Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83-94
- Indriyo, G. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*, cetakan kedua. Penerbit: BPFE–Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. dan Gary Armstrong. (2004), *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1*, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks
- McQuail, Denis. (2011), *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Olson, J. C., & Paul, P. J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi*

Sembilan. Buku, 2.

- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, (2002), *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Pranoto, B. (2008). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli kendaraan bermotor. *Jurnal Ilmiah Faktor Exacta*, 1(2), 41-46.
- Putra, Edo Imanda., dan Prijati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Schiffman, Leon G. And Leslie L. Kanuk. (2000). *Consumer Behavior. Fifth Edition*, Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sigit, Soehardi. (2002). *Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga*. Yogyakarta : BPFE.
- Sinaga, L., Mulyowahyudi, Alugro. (2019). Analysis of the Effect of Gas Prices, Product Quality, and Service Quality Against Natural Gas Purchasing Decisions at PT Perusahaan Gas Negara, Tbk in Electricity Sector. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4.
- Siswanto Sutojo, (2009), *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*, Penerbit: Damar Mulia Pustaka, Jakarta
- Stanton, William J. (1993). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sutisna., (2003), *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Titus, P. (2013). *Cermin Noken Papua: Perspektif Kearifan Mata Budaya Papuani*, Penerbit: EPI – Nabire
- Winardy, I., Purba, Purnama Yanti, Chaniago, C., dan Andika. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Innova. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2)