

DAFTAR PUSTAKA

- Albari. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions . *Integrative Business & Economics*, 328-337.
- Amron. (2018). The Influence Of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Desicion Of Apple IOS Smartphone . *The International Journal of Social Science and Humanities Invention*, 5187-5191.
- Ardiyanto. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Defriansyah, D. (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XIII No, 2 Oktober 2016*, 89-102.
- Garvin, D. (2007). *Competing on The Eight Dimention of Quality* . Boston: Harvard Business Review.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang, Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, G. E. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1-9.
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan, Ed.) Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 ed.). (B. Sabran, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing* (Eleventh ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Edisi ke Tiga belas ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Bang Pressindo.
- Rahmawati, P. (2014). Pengaruh brand image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ekonomi*, 82-89.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, & kanuk. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, & Bougie. (2010). *Theoritical Framework in Theoritical Framework and Hypothesis Development*. Research Methode For Business.
- Stanton, W. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Steenkamp, J. B. (2017). *Global Brand Strategy World Wise Marketing in the Age of Branding*. North Carolina: This Palgrave Macmillan imprint is published by Springer Nature .
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (edisi kedelapan ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Susanti, I. Y. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Produk Eiger Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis, No.1/Th.I/Maret 2015*, 1-6.
- Swasta, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberti.
- Swastha, B. (2009). *Azas azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zullian, Y. (2013). *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: Ekonesia.