DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2016). Manajemen Memasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.

Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, F. (2022). Perilaku Konsumen. Rena Cipta Mandiri.

Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran: Konsep Dasar dan Strategi (Edisi Pert). PT Raja Grafindo Persada.

Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. PT Raja Grafindo Persada.

Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro.

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek. CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hariny, dkk. (2023). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Intelektual Manifes Media.

Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk*. Insania.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2024). *Strategic Brand Management: Building,*

Measuring, and Managing Brand Equity (5th Edition). Pearson.

Kotler, P. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran (Edisi 15, Jilid 1). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.

Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat.

Lupiyoadi, R. (2015). Manajemen Pemasaran Berbasis Kinerja. Salemba Empat.

Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Alfabeta.

Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). Preferensi Konsumen dalam berbelanja. CV. Berkah Utami.

Nasrullah, M., Remmang, H., & Chahyono. (2023). Manajemen Pemasaran Iklan Media Sosial Dan *Brand Image* Di Era Digitalisasi (M. Said (ed.)). Chakti Pustaka Indonesia.

Ningsih, E. R. (2021). Perilaku Konsumen. IDEA Press Yogyakarta.

Pahmi. (2024). Kualitas Produk dan Harga. PT. Nas Media Indonesia.

Rohayu, S., & Afrillisna, N. (2021). Perilaku Konsumen. CV. Penerbit Anugrah Jaya.

Rosyadi, Z. A., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi. *3*(November).

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., S, L., Iwiyanti, & Nursaida. (2021). Manajemen Pemasaran. Samudra biru.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2020). Perilaku Konsumen (7th ed.). PT. Indeks.

Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif (E. Murniarti (ed.)). UKI Press.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Edisi Kedu). Alfabeta.

Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). Manajemen Pemasaran Perusahaan. Lajagoe Pustaka.

Suryani, T. (2017). Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu.

Sutisna, & Susan, M. (2022). Perilaku Konsumen: Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran. Penerbit Andi.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2020). Manajemen Pemasaran. Liberty.

Syamsumarlin, & Zaini, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Bontang Selatan yang Menggunakan Smartphone

Merek Vivo). *Manajemen Dan Sains*, *8*(2), 1495–1503. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1360

Tjiptono, F. (2016). Strategi Pemasaran (4th ed.). Andi.

Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran (4th ed.). Andi Offset.

Tjiptono, F. (2020). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian (1st ed.). Penerbit ANDI.

Untoro, J. (2010). Kewirausahaan dalam Manajemen Pemasaran. PT Gramedia Pustaka.

Widjaja, T., & Rahmat, A. (2018). Manajemen pemasaran modern: Konsep dan aplikasi. Gramedia Pustaka Utama.

Wijayanti, T. (2017). Marketing Plan! dalam Bisnis (Third Edition). Elex Media Komputindo.

Wulandari, A. H. M. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. PT Kimshafi Alung Cipta.