

## DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto, H. W. (2004). *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan.
- Alexander Wirapraja, d. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ayunda. (2020, june 8). *Mengenal Strategi Brand Positioning dalam Pengembangan Bisnis*. Retrieved from Marketing and Manajemen: <https://accurate.id/marketing-manajemen/mengenal-strategi-brand-positioning/>
- Basu Swasta, D. d. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dewi, D. A. (2015). *Uji Validitas Dan Reliabilitas*,. pp 17-23.
- entrepreneur, J. (n.d.). *Strategi Pemasaran untuk Kemajuan Bisnis*. Retrieved from <https://www.jurnal.id/id/blog/fungsi-strategi-pemasaran/>
- Evelina, N. (2013). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMFLEXI (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)*. Kudus.
- Fausan, R. (2020). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA VDB PESHOP MALANG)*. Malang.
- Febriano Clinton Polla, L. .. (2018). *ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. INDOMARET MANADO UNIT JALAN SEA*. Manado.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- ibnu. (2021, juli 23). *Promosi*. Retrieved from <https://accurate.id/marketing-manajemen/promosi-adalah/>

- Ina nabila. (2021). Pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna E- Commerce Shope “Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”. 41.
- Juwariyah, S. (2021). Pengaruh Promotion Mix dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Pondok Cokelat Hatta Samarinda.
- Kompas.com. (2021, 10 08). definisi, jenis, fungsi pemasaran.
- Kotler, A. d. (2003). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2019). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. d. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi. Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. d. (2012). *Marketing Management. Edisi 14. Global Edition*. Keputusan Pembelian, 151.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lauran. (2021, September 24). *Brand Positioning: Strategi Marketing terbaik untuk Branding*. Retrieved from *Brand Positioning: Strategi Marketing terbaik untuk Branding*: <https://www.kreditpintar.com/education/brand-positioning>
- McCarthy, E. J. (1995). *Intisari Pemasaran Sebuah* . Jakarta: Binarupa Aksara.
- Monica, E. (2018, may 19). *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Di Taman Safira Bondowoso*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/329477872\\_Pengaruh\\_Harga\\_Lokasi\\_Kualitas\\_Bangunan\\_dan\\_Promosi\\_Terhadap\\_Minat\\_Beli\\_Perumahan\\_Taman\\_Safira\\_Bondowoso](https://www.researchgate.net/publication/329477872_Pengaruh_Harga_Lokasi_Kualitas_Bangunan_dan_Promosi_Terhadap_Minat_Beli_Perumahan_Taman_Safira_Bondowoso)
- Nabila, I. (2021). Pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna E- Commerce Shope “Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
- Nunnally, J. (1967). *Psycometric Theory*. New York: McGraw Hill.

- NURHAYATI, S. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP . Yogyakarta : Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta.*
- Nurhayati, S. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG . 3.*
- Oliver, A. (2021, mei 20). *brand positioning. Retrieved from Jenis-Jenis Strategi Brand Positioning: <https://glints.com/id/lowongan/brand-positioning-adalah/#.YfZbp-pBzIU>*
- Religa, A. S. (2021, April 09). *Mengenal Jenis-jenis Promosi yang Ampuh Untuk Bisnis Anda. Retrieved from Mengenal Jenis-jenis Promosi yang Ampuh Untuk Bisnis Anda: <https://www.sodexo.co.id/jenis-jenis-promosi>*
- Sari, L. P. (2018). *Pengaruh Brand Positioning dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Konsumen Kelurahan/Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat). medan.*
- Sari, Leli Purnama. (2018). *Pengaruh brand positioning dan brand awareness terhadap keputusan pembelian smartphone samsung. 17.*
- Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.*
- Siregar, B. G. (2018). *PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN MARHAMAH PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN.*
- Siregar, Budi Gautama. (2018). *PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN MARHAMAH. 9.*
- Sitoresmi, A. R. (2021, november 26). *Pemasaran. Pengertian Pemasaran, Jenis-Jenis, Fungsi, Tujuan, dan Strateginya yang Efektif.*
- Sudirman, A. R. (2020). *Prilaku konsumen dan. Widina Bhakti Persada.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.*
- sunyoto. (2013). *Strategi pemasaran. Faktor lingkungan strategi pemasaran, 56.*
- SYAHRANI, A. L. (2018). *GARUH CUSTOMER LOYALTY DAN BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SYARI'AH BAKERY TULUNGAGUNG.*
- syahrani, A. I. (2018). *PENGARUH CUSTOMER LOYALTY DAN BRAND POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SYARI'AH BAKERY TULUNGAGUNG.*

*telkomsel. (n.d.). telkomsel Luncurkan by.U, Layanan Selular Prabayar Digital End-to-end Pertama di Indonesia. Retrieved from telkomsel:  
<https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia>*

*Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.*

*Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi.*

*Tjiptono, S. S. (2001). Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.*