

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2014). *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Jakarta: Bumi Aksara.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. Keller, K Lane, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Dimensi Kualitas Produk*. Diakses 26 Juni dari <http://www.ejurnal.com/2014/02/dimensi-kualitas-produk.html>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Anitha. 2016. *Influence Of Lifestyle on Consumer Decision Making With Special Reference to Organized Retail Format in Chennai*. India
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Atikah. G. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Bedak Pixy di Kota Padang*. Jurnal. 11(2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa Bob Sabran M.M. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2008. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Schiffman, Leon, G., Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*, Edisi Tujuh. Prentice-Hall, New Jersey.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2006.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. (2016). *Principle of marketing, Global Edition, 14 Edition, USA* : Prentice-Hall
- Nora, Liza dan Nurul S. Minarti. (2016). *The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude As Determinat Purchase Intention*. Proceedings The 24th Multidiciplinary Conference 2016. ISBN. 978-602
- Anwar, Mochamad dan R. Sugeng Basuki. (2017). *Pengaruh Atribut Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk merek lacks (Studi pada Konsumen SLACKS Apparel Area Malang Raya)*. Jurnal Aplikasi Bisnis Vol 7 No 6 ISSN 2407-3741
- Akpoyomare, Ben Oghojafor, LPK Adeosun dan R.A. Ganiyu. (2012). *The Influence of Product Attributes on Consumer Puchrase Decision in The Nigerian Food Ad Beverages Industry: A Study of Lagos Metropolis*. American Journal of Business and Management. Vol.1, No. 4.

Ajibola, Deji. (2019). Sales Promotion and Consumers' Purchase Decision in the Beverage Industry in Nigeria. *Humanities, Management, Arts, Education & the Social Science Journal*, Vol 7 No 2

Familmaleki1 Mahsa, Alireza Aghighi dan Kambiz Hamidi. (2015). Analyzing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior. *International Journal of Economics & Management Sciences*, Vol. 4 No. 4. ISSN. 2162-6359

Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Putri, Alvi Zumaroh dan Ita Rifiani Permatasari. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Moslem fashion di Elzatta Kawi Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 4 No. 1, ISSN 2407-3741