

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, S. (2015). *Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo (Studi Pada Pengguna Smartphone)*. UIN Sultan Syarif Kasim.
- Aksiomatik. (2019). AKSIOMATIK. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran Matematik*, 8(3). <https://journal.uir.ac.id/index.php/AKS>
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *EProceedings of Management*, 8(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14818>
- Anggit, Yoebrilianti. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli . *Jurnal. Manajemen Universitas Serang Raya*, 8(1).
- Arumsari, D. (2012). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN ( AMDK ) MEREK AQUA*. [https://www.academia.edu/25291083/ANALISIS\\_PENGARUH\\_KUALITAS\\_PRODUK\\_HARGA\\_DAN\\_PROMOSI\\_TERHADAP\\_KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_AIR\\_MINUM\\_DALAM\\_KEMASAN\\_AMDK\\_MEREK\\_AQUA](https://www.academia.edu/25291083/ANALISIS_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_HARGA_DAN_PROMOSI_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_AIR_MINUM_DALAM_KEMASAN_AMDK_MEREK_AQUA)
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th Edition*. South Western College Publishing.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi* . Rajawali Perss. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1154665>
- Badri, M. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. [https://catalogue.paramadina.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=17647&keywords=](https://catalogue.paramadina.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17647&keywords=)
- Belch, G. E., & M. Belch. (2007). *Advertising and Promotion an Integrated. Marketing Communication Perspective*. International Edition.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen pemasaran*. Ombak. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=932504>
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/JWM.V7I1.173>

- Fadila, Dewi, & Sari Lestari, Z. R. (2013). *Perilaku Konsumen*. Citra Books.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. PT. Andi Offset.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins, B. A., Diniz-Filho, J. A. F., Bini, L. M., Araújo, M. B., Field, R., Hortal, J., Kerr, J. T., Rahbek, C., Rodríguez, M. Á., & Sanders, N. J. (2007). Metabolic theory and diversity gradients: Where do we go from here? *Ecology*, 88(8), 1898–1902. <https://doi.org/10.1890/06-2141.1>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. . Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.
- Lupiyoadi, H. (2006). “*Manajemen Pemasaran Jasa*”. *Edisi 2*. Salemba Empat.
- M Rattu, R. M., Mandey, S. L., Ch Kawet, R., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Laptop Pada Toko Gamers Gear Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1476–1485. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V10I1.39500>
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Kencana.
- Nur’Aini, & Lik Anah. (2019). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kerudung Rabbani (Studi Kasus Pada Pondok Pesantren Putri Walisongo Cukir Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 2(1), 96–106. <https://doi.org/10.33752/BIMA.V2I1.131>
- Nurliati, & Mardian, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE XIOMI PADA DUTA CELL BIMA. *MANAJEMEN DEWANTARA*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/MD.V5I1.9651>
- Pardede, J., & Putra, D. A. L. (2020). Implementasi DenseNet Untuk Mengidentifikasi Kanker Kulit Melanoma. *Jurnal Teknik Informatika Dan*

- Permata Sari, A. (2013). Studi Komparasi Model Pembelajaran STAD dengan Menggunakan Media Animasi Macromedia Flash Player dan Molymod pada Pembelajaran Kimia Materi Pokok Ikatan Kovalen Ditinjau dari Kreativitas Siswa Ditinjau dari Kreativitas Siswa Kelas X SMAN 2 Sukoharjo Tahun Pelajaran 2011/2012. *Jurnal Pendidikan Kimia Universitas Sebelas Maret*, 2(2).
- Philip, K., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*. Pearson Education Limited.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 -13/E*. Erlangga.
- Pradana, M. (2015). KLASIFIKASI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA. *Modus*, 27(2), 163–174. <https://doi.org/10.24002/MODUS.V27I2.554>
- Raharjo, S. (2021a). *Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi Linear Berganda - SPSS Indonesia*. SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html>
- Raharjo, S. (2021b). *Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS - SPSS Indonesia*. <http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html>
- Raharjo, S. (2021c). *Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS*. SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>
- Raharjo, S. (2021d). *Uji Multikolonieritas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS*. SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html>
- Ramadhani, M. S. (2021). *Persepsi Konsumen pada Iklan Produk Converse di Media Instagram Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa FISIP USU)*. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16687>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. PT. GramediaPustakaUtama.
- Robbins, S. P. (2009). *Manajemen, Jilid 1. Edisi Kesepuluh*. Erlangga.
- Roficoh, L. W., & Ghozali, M. (2018). Aplikasi Akad Rahn Pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.30651/JMS.V3I2.1736>

- Saladin, D. (2007). *Ekonomi & Akuntansi: Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Erlangga. <https://onesearch.id/Author/Home?author=Djaslim+Saladin>
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. , Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks*.
- Yudha Prawira, M., Butarbutar, M., Ekana Nainggolan, L., Sultan Agung Jalan Surabaya No, S., & Pematangsiantar, K. (2019). PENGARUH IKLAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN PERSEPSI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CAFÉ COFFEE TIME AND SEAFOOD PEMATANGSIANTAR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(2), 48–60. <https://doi.org/10.37403/MAKER.V5I2.118>
- Sugihartono. (2007). *Psikologi Pendidikan*. UNY Pers.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah. Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Pustaka Baru. Press.
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.
- Suyadi, P. (2012). *Manajemen sumberdaya manusia “kebijakan kinerja karyawan” : kiat membangun organisasi kompetitif menjelang perdagangan bebas dunia* . BPFE.
- Swastha, B. (2001). *Manajemen pemasaran*. BPFE. [https://scholar.google.co.id/citations?user=LVksS\\_UAAAAJ&hl=id](https://scholar.google.co.id/citations?user=LVksS_UAAAAJ&hl=id)
- Tanoto, J., Goh, T. S., & Margery, E. (2021). PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK PT. SUMBER LAUTAN REZEKI MEDAN. *JURNAL BISNIS KOLEGA*, 7(1). <https://ejournal.pinci.ac.id/index.php/jbk/article/view/59>
- Tjiptono. (2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE. <https://onesearch.id/Search/Results?lookfor=Tjiptono&type=AllFields>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. ANDI. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=309878>

Wibisaputra, A. (2011). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*. Universitas Diponegoro.