

## DAFTAR PUSTAKA

- Aptaguna, A., Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Jasa Go-Jek. *WIDYAKALA JOURNAL : JOURNAL OF PEMBANGUNAN JAYA UNIVERSITY*, 3(0), 49–56.  
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Amstrong, K. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 1 dan 2 edisi 12. *Jakarta: Erlangga*.
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. *Jakarta: Rineka Cipta*, 173.
- Assauri, S. (2012). Strategic Marketing. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Fandy, T., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. ANDI.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Juhanis, J. (2014). *Manajemen Kewirausahaan Islam*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran (Vol. 1, Issue 2)*. Jilid.
- Kurniawan, A. D., & Astuti, R. T. (2012). ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI, HARGA DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( STUDI PADA KEDAI AMARTA SEMARANG ). In *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Kusnanto, D., Maulana, A., & Ratnasari, I. (2020). Pengaruh beauty vlogger terhadap brand image serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kosmetik halal (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Mirai Management*, 5(2).
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention Case Study: the Agencies of Bono Brand Tile in Tehran. In *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)* (Vol. 2, Issue 1). [www.jmest.org](http://www.jmest.org)
- Nandan Limakrisna, T. P. P. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*.
- Phillip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran (12 Jilid 1 & 2)*. PT. Indeks.
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). Pengaruh harga Lokasi dan kualitas pelayanan brand image terhadap keputusan pembelian motor. 14(1), 16–23.

- Prawiro, M. (2018). Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya. Retrieved Oktober, 23, 2021. <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html>
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visimedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Ujia Siti Munawaroh, & Ichsan Mawardi. (2018). *PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE* (Vol. 19, Issue 2). <https://kominfo.go.id/>
- Untoro, J. (2010). *Ekonomi*. Jakarta: Kawah Media.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7, 17–32.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Tjiptono, Fandy. 2015 . *strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta:Andi
- Kasmir, 2017, Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan suatu perusahaan. <https://repository.usm.ac.id>
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga