

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Anggora, Diyan Geby. 2018. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Aristo, S.F. 2016. Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(4), 441-447.
- Azhari, MF. 2017. Pengaruh Self Assessment System dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Tax Evasian (Survey pada KPP Madya Bandung, KPP Pratama Bandung Cibeunying, KPP Pratama Bandung Cicadas, KPP Pratama Bandung Tegallega, dan KPP Pratama Bandung Bojonagara). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Bandung.
- Babin, 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Khasanah, R.N, Zakaria Wahab, dan Welly Nailis. 2014. Pengaruh Kemasan, Label Halal, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, 9(2), 137.
- Korawa, Enes, dan Sontje Sumayku, Sandra Asaloei. 2018. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 30.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 . Erlangga. Jakarta.

- Kuspriyono, T. 2017. Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal Prespektif*, 15(2), 147.
- Maslakhah, Ida. 2017. Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Seta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Jurnal Manajemen*, 6(4), 1-15.
- Pradana, Mahir, Avian Reventiary. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 4.
- Sari, Putri Mawar, dan Budy Heryanto, Endang Triwidyati. 2019. Pengaruh Atribut Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi Kasus Pada UKM Mahasiswa Pecinta Alam Kota Kediri). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi (JIMEK)*, 2(2), 318
- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Sugiama, A Gima, dan Emmanuel Febiano Sigit Bayu Pambudy. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajiban Harga, dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 3-4.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi. Yogyakarta.
- Yuniarti, Y. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 18(1), 27-37.
- Yusuf, DM. 2015. Pengaruh Informasi Akuntansi Diferensial Terhadap Pengambilan Keputusan Manajemen (Survey pada Perusahaan Tekstil di Kawasan Bandung Timur). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas. Bandung.