

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1.*
- A., N. F., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga, terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , Hal 1-20.
- Anwar. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Oppo Pada Toko Handphone Mandiri Medan. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi Vol. 6 No. 2 .*
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di It Center Manado. *jurnal EMBA, Vol.6 No.4*, Hal 2288 – 2297.
- Ferdinand, A. (2005). *Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2.*
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.* Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://www.google.com/url?q=http://eprints.ums.ac.id/38670/11/BAB%25203.pdf&usg=AFQjCNEfQK40SByAI7wA1c24WH3Gqsmubw>
- https://www.google.com/url?q=http://etheses.uinmalang.ac.id/1579/7/08510077_Bab_3.pdf&usg=AFQjCNHLj3Qby2ZNY77WqibN4yS9LTwATA
- </url?q=http://digilib.unila.ac.id/754/12/BAB %2520III.pdf&usg=AFQjCNHU8CnGrrWiRr7UdC-JR2K6-eRCHg>
- Khoerul, W., & N, R. (2017). Pengaruh Pemasaran Via Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Second Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun 2013-2015 Universitas Islam Malang . *Jurnal Riset Manajemen.*
- Kotler, P. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen.* Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi kedua belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Marghie, M. M., Jacky, S. B., & Imelda, W. J. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado) . *Jurnal EMBA, Vol.6 No.4* , Hal 3713 – 3722 .
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian* , Vol. 9, No. 1.
- Nanda, O. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Di Toko Suryaphone Samarinda . *Jurnal Psikologi* , Hal 397 – 407.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2008). *Consumer behavior and marketing strategy (8th ed.)*. Singapore: McGraw-Hill.
- Peter, J. P., & Oslon, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Hal 73 - 83.
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Siti, N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta . *JBMA, Vol. IV, No. 2*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.