

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian 131 79 Suatu Pendekatan Praktik (Revisi Vi). Pt. Asdi Mahasatya.
- Assauri, Sofjan. 2004. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Hypermart paragon semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169-1176.
- Babin, B. J., Hair, J. F., & Boles, J. S. (2008). Publishing Research in Marketing Journals Using Structural Equation Modelling. *Journal of Marketing Theory and Practice* , 16(4).
- Chamid, N. (2017). Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga.
- Dhurup, M., Mafini, C & Dumasi, T. (2014). “*The impact of packaging, price, and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry*, “ *Acta Commercii* 14 (1), Art.
- Durianto, Darmadi, dan Liana, 2004, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh persepsi kualitas, nama merek dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research* Hogg, M.A & Abram, D. 1990.

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (3rd Ed.)*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode Dan Aplikasi Menggunakan Program. Smartpls 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson
- Kiswuryanto, Resa Pradipta. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online “Fisheye Outlet” Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2016. *Marketing Management 15 Edition*, Harlow, Pearson
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas.shu
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhalindo.
- Machfoed (2010) *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta.
- Putri Ningsih, E. S. (2019). *Pengaruh Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*.
- Routledge. Pradipta, Dicho, et al. 2016. "Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana ii SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Dewi, R. N. T. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian*

Smarthphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 2019.

Sari, N. P., & Widowati, R. (2014). Hubungan antara kesadaran merek, kualitas persepsian, kepercayaan merek dan minat beli produk hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59-79.

Schiffman, Leon. & Kanuk, Leslie. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni).

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.

Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Prifitable*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wang, Y.-H., & Li-Yan Chen, R. (2016). *An Empirical Study of the Effect of Perceived Price on Purchase Intention Evidence from Low-Cost Carriers*. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), 41170. www.ijbssnet.com