

DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi, Kusuma, Keren Gedenk, Scott A. Neslin. 2001. Pursuing The Value Conscious Consumer: Store Brand Versus National Brand Promotion. *Journal of Marketing*. Vol.65. 71-89
- Amilia dan Asmara Nst. 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, Mei 2017.
- Budi Indra dan Harsono Soni. 2018. The Effect of Brand Image And Production Customer Satisfaction And Willingness to Pay at Coffee Bean Surabaya. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences (RJOAS)*, 1(73).
- Damhiri, Sigit Indrawijaya, Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, Nurida Isnaeni dan Wirmie Eka Putra. 2019. Effect of Utilitarian Value and Hedonic Value on the Jambi Batik Purchase Decision. *Academy of Marketing Studies Journal Vol: 23 Issue: 3*.
- Darmawan, Didit. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Metromedia, Surabaya
- Fuadiyah ,Nurul, Suharyono Kadarisman dan Hidayat. 2016. Pengaruh Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Ponsel iPhone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 36 No. 1 Juli 2016*
- Gilbert A. Churchill, JR. 1998. *Basic Marketing Research: Third Edition*. The Dryden Press, Orlando
- Ivan, Stefani. 2020. The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137-150
- K. Ryu and H. Han. 2014. "Relationships among hedonic and utilitarian values, satisfaction and behavioral intentions in the fast-casual restaurant," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 22, pp. 46-432.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*, 14th Edition, United States of America: Pearson Education
- Kusuma, W., & Saputra, S. 2015. Pengaruh Desain Gambar, Merek, dan Kualitas Produk Kaos Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Idiomatic Yogyakarta.
- Maryanto, Kelly dan Nurhiadayah. 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Dutamall Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Volume 19 Nomor 2*.
- Prastiwi, S.A. 2013. "Pengaruh Citra Merek dan Harga Pasta Gigi Close UP Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mahasiswa Universitas Negeri Padang." *Jurnal Manajemen UNP, Vol. 2, No. 2, h. 1-10*.
- Rizan, Mohammad, Handayani Kartika Lestari dan Agung Kresnamurti. 2015. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1*.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. 2014. *Perilaku Konsumen*. Indeks, Jakarta.
- Smith, P., & Taylor, J. 2004. *Marketing Communication : An Integrated Approach*. (K. K. Limited, Ed.). London
- Siti Zulaikha, Sri Murni, & Fazar A. 2019. Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth Melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Suasana Toko. *Sustainable Competitive Advantage-9 (SCA-9) FEB Unsoed Vol 9, No.1*
- Solomon, Michael R. 2004. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall
- Suci Hermiyenti, Yunia Wardi. 2019. A Literature Review on the Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 64. Atlantic Press*
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang. 2008. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta Bandung.

Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian: Edisi 1*, Andi, Yogyakarta.

Yanu, Achmad. 2020. The antecedents of purchase decision for hijab fashion products. *Jurnal Manajemen FEB Unmul Vol. 12(1), 2020, 154-165*

