

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Persepsi nilai Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. cet. II. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia.
- Basu Swastha Dharmmesta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodedologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Che-Hui Lien, 2018. Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Juornal of Department of Marketing, International Business, and Entrepreneurship, Thompson Rivers University, Kamloops, BC, Canada*. Asia Pacific Management Review 20 (2018) 210-218.
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Durianto, Darmadi. 2014. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Diana Yunita Sari, 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pascasarjana, Universitas Stikubank*. Vol 8 Hal 677- 683.
- Djaslim Saladin. 2013. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 2018. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Bina Rupa Aksara

- Evi Septia, 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Baju Eceran Di Solo *Square*. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Vol. 7 No. 2. Hal 1-8
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, F. Z. 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Deepublish.
- Gitosudarmo, indiryo 2014. *Manajemen pemasaran*. Cetakan ketiga. Edisi kedua. Yogyakarta: BPF.
- Godes, David dan Dina Mayzlin. 2018. Using Online Conversations to Study Word of mouth communication. *Marketing Science*, Vol 23 No 4.
- John C. Mowen, Michael Minor. 2013, *Perilaku Konsumen (Jilid 1)*, Edisi Kelima, Jakarta. Erlangga.
- Kevin Lyando Lay, 2018. Pengaruh minat beli merek dan citra merek terhadap niat beli sepatu Nike di Surabaya, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 10. Hal 1 – 16.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas . Jilid 2* Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Machfoedz Mahmud. 2015. *Pengantar Pemasaran Modern, edisi pertama, cetakan pertama*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Michell Suwariyanti Yonathan, 2018. Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Pakaian Nevada (Studi Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Vol.6,No4. Hal. 1 – 9
- Muanas, Arif. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.

- Ningsih Evi Septia. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Baju Eceran Di Solo Square. *Jurnal Manajemen Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Panji Usmar Wicaksono, 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata di Semarang. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Volume 6, Nomor 2, Tahun 2018, Halaman 1-11.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset pemasaran*. Cetakan kedua belas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratlan Pardede, 2018. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management* Vol. 10 No. 1. Hal 54-62
- Ricky Setiawan, 2018. Effects Of Perceived Trust And Perceived Price On Customers' Intention To Buy In Online Store In Indonesia. *Journal of Gadjah Mada University*. Vol.4,No1. Hal. 1 – 9
- Rizky, M.F. & Yasin, H. 2018. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Binsis*, Vol. 14(2), hal. 135-143.
- Rumondang, Astri.,dkk. 2020. *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sebayang, Stevani Korentia, and Syafrizal Helmi Situmorang. 2019. "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Minat beli Terhadap Keputusan pembelian Pelanggan ." *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 2(2):220–35. doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2013. *Prilaku Konsumen, Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.
- Sutisna. 2013. *Perilaku Konsumen & Persepsi nilai, Cetakan Ketiga*, Bandung: PT Remaja Posdakarya.
- Swasta, Basu., Dharmesta dan Irawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Wijayanto, Bebet, Apriatni Endang P. dan Sari Listyorini. 2018. Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Social and Politic*. Tahun 2013. Hal. 1 – 10. UNDIP. Semarang.

