

DAFTAR PUSTAKA

- A, N. F., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merel dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "HONDA". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 10 no 1*.
- A Rahmawati, F. F. (2016). *Statistika, Edisi 3*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Adiputra, Y. R., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi. *Volume 5 Nomor 2.*, 1-10.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andreti, J., Zhafira, N. H., Akmal, S. S., & Kumar , S. (2013). *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia. International Journal of Advances in Management and Economics*, 72-78.
- Baedhowi. (2012). *Peningkatan Kualitas Pendidikan Melalui Peningkatan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Khazanah Pendidikan
- Baskoro, R. A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek ADIDAS.
- Bogicevic, V., Yang, W., Bilgihan, A., & Bujisic, M. (2013). *Airport service quality drivers of passenger satisfaction. Emerald Group Publishing Limited*, 3.
- Campbell, N. A. & J. B. Reece. (2010). *3. Biologi, Edisi Kedelapan Jilid 3 Terjemahan: Damaring Tyas Wulandari*. Jakarta: Erlangga.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiyayaan. *Volume 16 Nomor 2*, 81-102.
- Gregory, dkk. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2017), *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Goi, Chai-Lee, Hui-Yiing Fu, Wen-Yi Ting, Wei-Yii Goh, and Siaw-Kang Chin. (2013). The Impact of Marketing Communications on Buying Silver Online: Study on Young Generation's Perception in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 4 (4). Pp : 173-176
- Hair, et al, (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika vol 1 no.1*, 64-74.
- Jahanshahi, A. A. dkk. (2011). "Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty". *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 1 No. 7.
- Jatmiko, I. (2011). Kajian Citra Perusahaan Melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility pada Bank "X" Bogor. Skripsi Program Sarjana Alih Jenis Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Jung, N. Y., & Seock, Y. K. (2016). *The impact of corporate reputation on brand attitude and purchase intention. Fashion and Textiles*, 3(20), 1–15
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* . 14 Edition. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc. Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kurniasari, Amanda Wida. (2017). Pengaruh Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Sebelum dan Sesudah *Spin-Off* (Pada Bank Jabar Banten Syariah) Skripsi diterbitkan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Kusuma, H. (2009). *Manajemen Produksi*. Yogyakarta : Andi.
- Leonardo, R.& Erwan. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus : PT. Lung Xiang Indonesia). Undergraduate Thesis, Library Bina Nusantara.

- Lestari, S. (2012). Psikologi Keluarga. Jakarta: KENCANA.
- Liman, P. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minyak Goreng Kemasan CV.INDO SARI ABADI. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen Vol.3 No.6*.
- Louisot, J.P., dan Rayner, J. (2010). *Managing Risk to Reputation: From Theory to Practice*.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, & Yaqoob, & Aslam. (2012). The Impact of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study Of Hospitality Industry In Pakistan Interdisciplinary, *Journal Of Contemporary Research In Business Vol 4, No. 5* .
- Margiyanto, M. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Kota Semarang. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Marjuki, & Fadillah, A. (2014). Pengaruh Tenaga Penjualan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol 2 No.1*.
- Mauludin, Hanif, (2013). Analisis Kualitas Pelayanan, pengaruhnya terhadap Citra (Image) Rumah Sakit.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 3 No.2*.
- Modi, S.& Tapasya, J. (2012). Impact Of Promotional Schemes On Buying Decisions Of A Consumer. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development. 2 (2). pp : 40-48*
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Volume 15 No. 05*.
- Nasyirotun, F. N., & Kurniasari, D. (2017). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT), 8(November), 33–55*.

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. JMWA, Vol IV Nomer 2.
- Pan, M. C., Kuo, C. Y., Pan, C. T., & Tu, W. (2013). *Antecedent of purchase intention:online seller reputation, product category and surcharge. Emerald Group Publishing Limited, 507 - 522.*
- Peter, J. (2014). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran, Edisi 9, Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, Paul & Jerry C. Olson (2010). Consumer Behavior & Marketing Strategy, Ninth Edition. New York: McGraw Hill
- Pratiwi, M. S., Sulendra, I., & Yulianthini, N. N. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Volume 2.*
- Rahmadevita, L. D., Suharyono, & Kumadji, S. (2013). Pengaruh Reputasi Merek dan Komunitas Pelanggan Terhadap Nilai Pelanggan, Word of Mouth serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Provit vol 7 no.1.*
- Rahmawati, P. (2017). Pengaruh variasi produk, harga dan customer experience terhadap keputusan pembelian ulang roti breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 12 Nomor 1, 89-98.*
- Rosidah, C. (2011). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Isu Cybercrime (Studi pada Nasabah BCA di Surabaya). *Jurnal Business and economics.*
- Sekaran, U. (2011). Research Methods for business Edisi I and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi 6, Buku 1-2.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2013). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Gregorius, C. (2012) Pemasaran Strategik, Edisi 2. Yogyakarta: C. V Andi Offset.
- Widanaputra, A.A., Widhyadanta, I.G dan Ratnadi, N. . (2018). Reputasi perusahaan, reputasi manajemen puncak dan pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 13(2).
- Wijaya, M. H. (2013). Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa TERMINIX di Kota Manado. *Jurnal EMBA no.1 vol 4*, 105-114.
- Xia, X. et. al., (2010). Variation of Labile Organic Carbon Pools Along Elevation Gradient in The Wuyi Mountain, China. *Journal of Resource and Ecology*. 1(4). hal 368- 374.
- Zeithaml. Valarie, B. & Gremler. (2009) Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw Hill.