

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah et al. (2015) Pengaruh Daya Tarik Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 23, No 2. Hal 75-83
- Arista, E. D. and Ekonomika, F. (2011) 'dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen', 13(1), pp. 37-45.
- Assauri, S. (2008) 'Manajemen Produksi dan Operasi', *Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Miniard, P. W. (2001) 'Perilaku Konsumen, Jilid 2', *Jakarta: Binarupa Aksara*.
- Irawan, D. and Japarianto, E. (2013) 'Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), pp. 1-8.
- Jovanović1, P., Vlastelica, T., dan Kostić, S.C., (2016) 'Impact of Advertising Appeals on Purchase Intention', *Management*. DOI: 10.7595/management.fon.2016.0025.
- Kamran, Q. (2019) 'The Impact of Emotional Advertising on Consumer Buying Behavior for Home Appliance Products in Pakistan', *Business and Management Horizons*. 2019, Vol. 7, No. 1.
- Komarudin, R., Studi, P. and Informasi, S. (2016) 'Strategi pengambilan keputusan dalam pemilihan media iklan menggunakan fuzzy ahp', *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*.
- Kotler and Armstrong (2008) 'Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler and Keller (2009) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya', *Ilmu & Riset Manajemen*.
- Moh Nusraini, dkk (2018) 'Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 20, Issue 8. Ver. II (August. 2018), PP 76-81. www.iosrjournals.org
- Petrick, J. F. (2004) 'The roles of quality, value and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions', *Journal of Travel Research*. doi: 10.1177/0047287504263037.
- Sasetyo, S. A., Nawawi, H. and Rondonuwu, R. (2012) 'Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent', 1(1), pp. 1-19.

- Satria, A. A. (2017) 'Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36', *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), pp. 45–53.
- Shirai, M (2015) 'Impact of “High Quality, Low Price” Appeal on Consumer Evaluations. *Journal of Promotion Management*, 21:776–797, 2015. ISSN: 1049-6491 print / 1540-7594 online. DOI: 10.1080/10496491.2015.1088922
- Soewito, Y. (2013) 'Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.
- Soenawan, A.D dan Malonda, E.S., 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. Skripsi. Universitas Kristen Petra
- Suminar, R. (2017) 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket', *Sekretari*. doi: 10.32493/skr.v4i1.605.
- Sundalangi, M. *et al.* (2014) '3 1,2,3', 2(1), pp. 313–324.
- Tamil, M.J dan Tielung M.V.J., (2014) 'The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Intention at Shmily Cupcakes Store Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1290-1299.
- Tampi D, Soegoto, A.S dan Sumarauw. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa', *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 990-999.