

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. (2013). Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, 5(1), 179–199.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Bhatti, A. (2018). Sales promotion and price discount effect on consumer purchase intention with the moderating role of social media in Pakistan. *International Journal of Business Management*, 3(4), 50-58.
- Chakraborty, U. (2019). *The impact of source credible online reviews on purchase intention*. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Dalcher, I., & Shine, J. (2018). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15, No. 4, pp 441–455
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Cetakan I, Edisi Agustus, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. (2006). *Bisnis. Edisi Ketujuh, Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Kedua. Jakarta: *Center for Academic Publishing Service*
- Jannah, Lina Miftahul et.al. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan 2. Edisi 2. Banten: Universitas Terbuka
- Jogiyanto. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman pengalaman*, BPFU UGM, Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran* (analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian), Edisi sembilan, Jakarta.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*.
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). *Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions*. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

- Purbayu B. Santoso dan Ashari. (2003). *Statistik : Teori dan Aplikasi dengan Program MS. Excel & SPSS versi 11*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sianipar, Yehezkie Martin (2018). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas merek sepeda polygon Strattos dengan kepuasan konsumen sebagai variable intervening di PT. Inera Sena*. Universitas Brawijaya
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Su, Y., & Lai, C. (2017). Electronic Word-of-Mouth , Experiential Marketing , Brand Image , Brand Loyalty , and Purchase Intention : *a. International Journal of Information Technology and Business Management*, 60(1), 1–18.
- Sulistiyari,Ikanita. (2016).Skripsi.*Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Shope Paris*.Universitas Diponegoro,Semarang.
- Suliyanto. 2005. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Surachman, “Dasar-dasar Manajemen Merek”, Bayumedia Publishing Malang, 2008.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Zaini, A. Baihakki. 2013. “Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)”. Skripsi jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam negeri syarif hidayatullahjakarta
- Zwass, V. (1998). *Structure and macro-level impacts of electronic commerce: From technological infrastructure to electronic marketplaces*. Thousand Oaks CA: McGraw-Hill.