

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Francis, T. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Alma, H.B. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta cv
- Isiana, D. A. (2018). Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Model AISAS Pada Maraca Books and Coffee.
- Kotler P dan Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Rangkuti, F. 2008. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya : Perdana Printing Arts.
- Lutfinnisa, F. 2015. Pengaruh Citra Merek Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Produk Mr. Brownco)
- Utami, L. R. Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Kedai Roti Bakar (KEIBAR) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika untuk Penelitian*. Cetakan ke dua puluh empat. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M dan Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Pratiwi. 2015. *Analisa Pengaruh Harga, Brand Image dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oleh – Oleh Pempek Pak Raden (Studi Kasus pada wisatawan domestik di Kota Palembang)*

- Ratela dan Taroreh. 2016. *Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island*
- Santosa. 2016. *Pengaruh Harga, Mutu Produk dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Inovatif Liwet Instan 1001*
- Sholiha, Santoso. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Martabak Terang Bulan "Bahari" Tunggulwulung Malang)*
- Isiana, A. 2018. *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konumen Dengan Model Aisas Pada Maraca Books And Coffee*