

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tjiptono, *Pemasaran*. Andy Yogyakarta, 2020.
- [2] Bahtiar and Rahardja, "Pengaruh Brand Equity , Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Studi PadaVape Store 5Time)," vol. 6, pp. 1–10, 2017.
- [3] S. Amilia and M. O. Nst Asmara, "Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa," *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 6, no. 1, pp. 660–665, 2017.
- [4] Cleopatra, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika," vol. 5, no. 2, pp. 168–181, 2015.
- [5] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Edisi Kedu. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019.
- [6] B. Surindra, B. Widyaningrum, and Zulistiani, *Statistika Teori & Praktik SPSS*, Cetakan Pe. Malang: CV. Azizah Publishing, 2017.
- [7] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program ibm spss*, 8th ed. semarang: badan penerbit-undip, 2013.
- [8] Vara, Sari, and Ernestivita, "Pengaruh Kualitas Layanan , Brand Image , dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Di J&T Express Gatot Subroto Nganjuk," pp. 997–1006, 2015.
- [9] Anwar and Satrio, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian," vol. 4, 2015.
- [10] Marlius, "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. INTERKOM MOBILINDO PADANG," vol. 01, no. 01, pp. 57–66, 2017.