

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Phillip K, Keller KL. Manajemen Pemasaran. 12th ed. Jakarta: PT. Indeks; 2016.
- [2] Schiffman G. L, Wisenblit J. L. Consumer Behavior. 11th ed. Harlow: Pearson Education Limited; 2015.
- [3] Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra. J Chem Inf Model 2019;53:1689–99.
- [4] Tanady ES, Fuad M. KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA DI JAKARTA 2020;9:113–23.
- [5] Fransiska Vania Sudjarmika. PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM 2017;5.
- [6] Qomariyah S, Menuk CSH. Pengaruh Harga, Tempat, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Dealer Suzuki PT. Dwimitra Sejahtera Utama Sidoarjo. Maj Ekon 2015;20:245–59.
- [7] Kasmir. Customer Service Excellent. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada; 2017.
- [8] Fransiska I, Madiawati PN. Pengaruh Harga , Promosi , Kualitas Pelayanan , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan 2022:35–44.