

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: CV Alfabeta.
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). *ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN SELEBRITI ENDORSER PADA PROMO AdaAQUA TERHADAP MINAT BELI AMDK MEREK AQUA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Mahasiswa SI di Jawa Tengah dan DIY)*. 5, 1–15.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Produk Rabbani di Palembang. *Jurnal Neraca*, 4(1), 26–40. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Dimiyati, L. (2019). PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA TOKO “TANI SUBUR” PAGAR ALAM. *Jurnal Ekonomia*, Vol. 9, No.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: BPFE.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1, 5-11.
- Kotler, P. & K. L. K. (2016). *Marketing Management* (Edisi 14). US: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses* (1st ed.). Jakarta: Kobis.
- Nitisusanthro, M. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Edisi Pert). Bandung: Alfabeta.

- Parengkuan, D. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA, Vol 2. No 3 September 2014, 2303–1174*, Hal 1792-1802.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (9th ed.). Bandung: Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (3th ed.). Jakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Jakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano* (B. Sarwiji, Ed.; 2nd ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Yamit, Z. (2018). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Jakarta: Ekonisia.
- Yuliana. (2015). “Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (studi kasus di Miulan Hijab Semarang)”. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.