

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, U. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6(1).
- Assael, H. (2002). *Consumer behavior and marketing action*.
- Assael, H. (2014). *Perilaku Konsumen*. Binapura Aksara.
- Chaffey, D. (2001). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, implementation and practice*.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson Education limited.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Penerbit QiaraMedia.
- Kotler. (2019). *Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Oliver, M. (2018). *Principle of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson eBooks.
- Mareta, L. P., & Kurniawati, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice. *Jurnal Ecogen*, 3(3), 400.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 135–142.
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 71–76.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*.
- Zhang, Y. (2015). The Impact Of Brand Image On Consumer. *Open Journal Of Business And Management*, 58–62.