

DAFTAR PUSTAKA

- Appley, A, L., & Lee, O. L. (2010). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daft, R. L. (2015). *Management*. Boston United States of America: Cengage Learning.
- Ekasari, N. (2014). Seri Humaniora. *Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi*.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Handayani, R. T. (2012). *Bauran pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Husein, U. (2012). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta : Rajawali.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Jurnal Bisnis Terapan. *Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*.
- J, S. N. (2010). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing, Seventeenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *A Framework of Marketing Management, Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Brown, L., & Adam, S. (2005). *Principles of Marketing, Onekey Webct Acces Code*. Pearson Education Australia.
- Kuncoro, A., Engkos, & Ridwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Bandung : Alfabeta.

- Levy, M., & A, W. B. (2012). *Retailing Management* (8 ed.). New York: Mc Graw Hill.
- Mulyadi, N. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan, Cetakan Pertama*. Bandung: Alfabeta.
- Priyanto, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Priyanto, R. P. (2015). *Pengaruh Brand Image, Promosi, dan Distribusi Pada Keputusan Pembelian Speda Motor Vario (Studi kasus pada konsumen Taruna Adiprima Motor)*.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Pemasaran-Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, S. (2012). *Aplikasi SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, A. K. (n.d.). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen*, 6, 285-296.
- Sari, H. P. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY)*.
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran, Edisi satu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, D. B., & Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Usman, H. (2013). *Manajemen, Praktik, dan Riset Pendidikan, Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.

Website:

www.Gwenteknopratama.com

www.Topbrand-award.com

<https://repository.widyatama.ac.id>