

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kurniawan, Gogi. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya
- Nugrah, M. Y. D., Arwiyah, M. Y. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Wormhole Store Bandung*. *Jurnal e-Proceeding of Management*: Vol. 7, No. 2, Hal 6223-6240.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi (Konsepsi dan Aplikasi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schiffman, Leon., Wisenblit, L., Joseph. (2019). *Consumer Behavior*. London: Pearson Education.
- Sari, F. P. (2016). *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Volume 5, Nomor 6.
- Sitorus, S. A., et al. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.