

DAFTAR PUSTAKA

- 10 Vendor Wedding Photographer Terbaik di Jakarta. (n.d.). Retrieved November 12, 2020, from www.seputarpernikahan.com
- Abadhanny, R. (2019). Marketing Mix And Brand Image On Purchase Decision And Post Purchase Behaviour: Case Study Of Jogja Bay Waterpark. *Proceedings on Engineering Sciences*, 1, 883–900. <https://doi.org/10.24874/PES01.02.094>
- Alifah, R., Triwardhani, D., & Sembiring, R. (2020). Keputusan Menabung Nasabah BCA Syariah Cabang Jakarta Barat. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1. Retrieved from <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/917>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=baTXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=gLDOjHdnaA&sig=aEO2bDVWrb06IRDbwJdtFbt3IW8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Astuti, M., Prambaudy, K., & Tjiptaningsih, D. S. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–15.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. (2018). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Recent Advances in Banking and Finance*. New York: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-7169-6>
- Dwiastuti, R., Agustina, S., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen* (Tim UB Press, Ed.). Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Eganael Putra, Q., Jiwa Husada Tarigan, Z., Br Sitepu, R., & Kumar Singh, S. (2020). The Impact of Marketing Mix on the Consumer Purchase Decision in the Surabaya - Indonesia Hotel Residence. *SHS Web of Conferences*, 76, 01038. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601038>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*. Yogyakarta: CV

Budi Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=XDKaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=perilaku+konsumen&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwiliYuWtPzoAhXacn0KHQVeBWcQ6AEIKTAA#v=onepage&q=perilaku+konsumen&f=false>

Firmansyah, A. (2019a). *PEMASARAN (Dasar Dan Konsep)* (Q. Media, Ed.). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, A. (2019b). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=Fz6nDwAAQBAJ&pg=PA61&dq=merek+adalah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjUyuqQh8DpAhXEX3wKHaZJASEQ6AEIOzAC#v=onepage&q=merek+adalah&f=false>

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2014a). Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS). In *Narratives of Therapists' Lives* (4th ed.). undip. <https://doi.org/10.1055/s-2008-1040325>

Ghozali, I. (2014b). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jumiati, Sudarwati, & Widayanti, R. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Menginap Di hotel Sala View Solo. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 196–208. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6599>

Keller, K. (2012). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. In *Journal of Consumer Marketing* (4e ed., Vol. 17). Prentice Hall. <https://doi.org/10.1108/jcm.2000.17.3.263.3>

Kotler, & Keller, K. (2016a). *Marketing Management(15e édition)* (15e ed.). Bengaluru: Pearson India Education Services Pvt. Ltd.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (E. Svendsen, Ed.). London: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 7th European Edition* (Vol. 51). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. (2016b). Marketing Management. In *Marketing Management* (15e ed.). <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.; A. Maulana & Y. Hayati, Eds.). Pearson Education.
- Kusuma, Y. E., Satriyono, G., & Samsu, N. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Foto Pada Studio Foto 4 Warna Photography Kota Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 137. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.425>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Manggoa, D. A., Bunga, M., & Fanggidae, R. P. C. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Ojek Online Grabbike Di Kota Kupang). *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2314>
- Maulana, L. H., & Rahayu, E. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Perusahaan Jasa Pengiriman Paket Pada Pt Jne Agen 012 Citeureup Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 5(1), 69. <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i1.1807>
- Maulida, N., & Maya, S. (2020). *Apakah Harga dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian?* 2(3), 180–187. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.130>
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2. <https://doi.org/10.31599/jmu.v2i1.739>
- Purnamasari, R. P. (2018). Pengaruh Citra Merek , Diferensiasi Produk Dan

- Positioning Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Hotel Bintang 4 Di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 191–202. <https://doi.org/10.34013/barist.v5i2.121>
- Putranto, A. T., & Rusmiati, H. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 35. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3603>
- Rachmawati, D., Nur Barokah, S., & Nahar, M. (2017). Analysis of Influence of Price, Service Quality, Brand Image to Customers' Purchase Decision of Korean Marine Transport Co., Ltd. *Jurnal JOBS*, 3(1), 27–38. <https://doi.org/10.32497/jobs.v3i1.1469>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rahayu, R. P., & Alfian, N. (2018). Pengaruh Faktor Harga, Tempat Dan Waktu Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pt. Jne Pamekasan. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.36467/makro.2018.03.02.02>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=PR9&dq=uji+validitas+menggunakan+pls&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiMjOXs2YDtAhUCfH0KHQbMBWUQ6AEwAnoECAQQAg#v=onepage&q&f=false>
- Rohman, A., & Andhita, A. (2017). *Analisis Pengaruh Citra MErek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman (Study Kasus Pada Pengguna Jasa JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk)*. 1. <https://doi.org/10.25273/capital.v1i1.2133>
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=LgmZDwAAQBAJ&pg=PA14&dq=di+mensi+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwik-Oie3_DsAhWBYysKHTqqCUEQ6AEwBHoECAUQAg#v=onepage&q=di+mensi+keputusan+pembelian&f=false

- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., & Aulia, M. (2020a). *Analisis peluang bisnis jasa fotografi " garis photography " dengan business model canvas dan analisis swot*. 17(2), 202–207. <https://doi.org/10.29264/jkin.v17i2.7429>
- Sanjaya, H. B., Ruslan, D. R., Sundari, S. R., & Aulia, M. (2020b). *Analisis peluang bisnis jasa fotografi " garis photography " dengan business model canvas dan analisis swot*. 17(2), 202–207.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Revisi). Jakarta: PT Kharisma Putra Utama. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=perilaku+konsumen&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjL-MPVu_zoAhXVcn0KHZDWAH0Q6AEILzAB#v=onepage&q=perilaku+konsumen&f=false
- Setiawan, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kurir Jne, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), 166–178. <https://doi.org/10.31334/trans.v1i2.301>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=5OiZDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=manajemen+pemasaran&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwi6h4PO-qPoAhVUU30KHSJICi4Q6AEIMTAB#v=onepage&q=manajemen+pemasaran&f=false>
- Smart PLS Support. (n.d.). Retrieved January 5, 2021, from <https://www.smartpls.com/support>
- Sudjirin, M. M., Ariani, M. N., & Handayani, T. (2020). Keputusan Penggunaan Grab-Bike pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta di Pondok Labu. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi I*. Retrieved from https://repositories.lib.utexas.edu/handle/2152/39127%0Ahttps://cris.brighton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/4755978/Julius+Ojebode%27s+Thesis.pdf%0Ausir.salford.ac.uk/29369/1/Angela_Darvill_thesis_esubmission.pdf%0Ahttps://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/ha
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.

Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Ponorogo: Myria Publisher. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=uHbJDwAAQBAJ&pg=PA52&dq=manajemen+pemasaran+harga&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj7_bt45zpAhVN6nMBHfQG DYMQ6AEIPDAC#v=onepage&q&f=true

Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek, Seri Manajemen Merek 01* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.

Usmiar, & Nurhamidah. (2019). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Indosat*. V(2), 44–52. <https://doi.org/10.31869/me.v5i1.1275>

Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori dan Penerapan*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press). Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=ReRVDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=wahyudi+2017&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwIU2YTs93pAhXZXCsKHVUZBGQQ6AEIKzAA#v=onepage&q&f=false>

Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingtiyas, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=dSJyDwAAQBAJ&pg=PA37&dq=data+primer+dan+sekunder+adalah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwjmgTghhKbpAhUXSX0KHx7mCgEQ6AEIPDAC#v=onepage&q=data primer dan sekunder adalah&f=false>