

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman dan Sanusi. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Akbar Ariza Asmoro, 2021. Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Gresik. Universitas Negeri Surabaya.
- Arianti. 2012. Tujuan inovasi produk. ([www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com](http://www.scribd.com/doc/90920422/inovasi-dan-produkbaru.com) diakses pada 27 Maret 2018)
- Armstrong, Kotler (2016) *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education
- Cockrill, Antje dan Mark M.H. Goode. (2010). Perceived Price And Price Decay In the DVD Marke. *The Journal of Product And Brand Management*. 19 (5)
- Dean Mavilinda. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Simpang Empat .
- Elisabeth Lisato Puspasari dan Susilo Toto Rahardjo. 2017. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Bes, *Leteral Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 2004)
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Ed. Ke-12. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12<sup>th</sup> Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Lee, Simon dan Lawson- Body, Assion. (2011). Perceived Dynamic Princing. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Lena Elitan dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*, (Bandung; alfabeta, 2009)
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Dua. Jakarta: Salemba Empat.

- M. Manulang, 2002, *Dasar-Dasar Manajemen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Murtie. Afin. 2012. *Belajar Manajemen Dari Konsultasi Strategi*. Bekasi: Laskar Aksara.
- Nugroho Setiadi, J. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (Jakarta; Predana Media, 2003)
- Rahyuda, I Ketut dan Atmaja Ni Putu Cempaka Dharmadewi, 2011. Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Penerbangan Domestik Gia Di Denpasar. *Ekuitas Akreditasi* No.110/DIKTI/Kep/2009. *Ekuitas* Vol 15 No. 3 September 2011 : 370-395
- Rangga Saputra. 2019. *Pengaruh Iklan , Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
- Rimosa, 2020. Inovasi Produk dan Presepsi Harga Mempunyai Pengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian. Magister Management Bisnis Universitas Pendidikan Islam.
- Resa Irawan. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Ringan Yagi Yagi Di Easy Cafe Bandung. Universitas Komputer Indonesia.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Silalahi, Ulber. 2017. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Refika Aditama. Bandung
- Simamora, 2003. *Manajemen*. Penerbit FEUGM, Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulastri, Lilis. 2014. *Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh, Teori, dan Praktik*. Bandung: La Good Publishing.
- Sunyoto Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*.
- Tjiptono Fandy, Ph.D, 2014, *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta,
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Zuhelmi, 2018. Inovasi Produk, Presepsi Harga dan Kualitas Produk Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Kepercayaan Produk. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro.