

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Claes Fornell. (1996). *The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings*.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.) New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper & Row.
- Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi dan Henny Taroreh. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up*.
- Imran Khan, Zillur Rahman. (2014). *Influence of Experiential Marketing on Customer Purchase*.
- Ir. Agustina. (2011) *Manajemen Pemasaran*, (Malang, Universitas Brawijaya Press), hlm.1
- John C. Narver & Stanley F. Slater. (1990). *The Effect of a Market Orientation on Business Profitability*.
- Jonathan, S. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Jumiati dan Toto Sugiarto. (2017). *Analisis pengaruh harga dan saluran distribusi Terhadap keputusan pembelian konsumen bisnis Wilayah banjarbaru pada pt. Indomarco adi prima Cabang Banjarmasin*. Universitas Achmad Yani Banjarmasin.
- Kalaya Wanichbancha. (2008). *Analisis Statistik Lanjutan dengan SPSS untuk Windows*. Bangkok: Universitas Chulalongkorn.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management* (The Millennium edition). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2018). *Marketing Principle*. Google Scholar.

- Krittima Trivorasombat dan rekan-rekannya. (2014). Perilaku dan pendapat konsumen terhadap produk suplemen makanan kesehatan bagi untuk orang-orang di Bangkok (Skripsi Magister Administrasi Bisnis). Phitsanulok: Universitas Naresuan.
- Likert, Rensis. (1967). The method of constructing and attitude scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Marketeeronline. (2019). Survei Nilai Pasar Suplemen Makanan 2011 – 2017. Yhu-JingChiu, Hsiao-Chi Chen. (2006). *Marketing strategy based on customer behaviour for the LCD-TV*.
- Marissa Grace Haque (2020). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.
- Nart-anong Nambuddee, (2015) The future of dietary supplements and adjustment of marketing strategy in Thai. *urnal Ilmu Sosial*. Universitas Srinakharinwirot.
- Njoto Dea Putri dan Krismi Budi Sienatra. (2018). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen menengah ke bawah. Universitas Ciputra Surabaya.
- Oktavenia Kadek Ayuk Riska dan Ardani I Gusti Agung Ketut Sri. pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi.
- Pembelian pada pt harjagunatama lestari (toserba borma) Cabang dakota. Universitas Nasional Pasim
- Rahayu Indriyani. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan. Pembelian Produk Kosmetik Merek “Citra Hand And Body Lotion”. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Philip Kotler, (2000). *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo) Edisi.
- Prakong Karnasut (1999) *Statistik untuk Penelitian Ilmu Perilaku Bangkok*: Universitas Chulalongkorn.
- Prasetyo Budi dan Prasetyo Yunita. (2018). Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan
- Sibarani Hendra Jonathan. (2021). Pengaruh saluran distribusi, keunggulan produk, dan persediaan produk, melalui keputusan pembelian pada PT. Tasya Gasindo Medan. Universitas Prima Indonesia.

Sugiyono. (2013). Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. Bandung, Alfabeta.CV.

Sugiyono, P. D. (2014). metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D. In *Alfabeta*, cv. Alfabeta

Suladda Ponguttha, dan Watinee Khun Phuak.(Bor. Kor.) (2015).Makanan dan Gizi di Thailand: Dimana Kita Saat Ini. (laporan Tahunan). Nonthaburi: Rencana Penelitian Kebijakan Pangan dan Gizi untuk Promosi Kesehatan Yayasan untuk Pengembangan Kebijakan Kesehatan Internasional Kementerian Kesehatan Masyarakat.

Sunyoto, Danang, Drs. S.H., S.E., M.M. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus. Yogyakarta: CAPS.