

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora Marius P. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Akbar, A. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Notebook* Toshiba. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2005. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Ahli Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. Pemasaran Dasar-Dasar: Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Diyanti dan Giantari. 2021. *The Role Of Brand Trust Mediates The Effect of Product Quality and Brand Image on Purchase Decision: A Study on Iphone Costumers in Denpasar City*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. Pemasaran Produk dan merek (*Planning and Strategy*). Pasuruan: Qiara Medika.
- Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Statistik Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joshep F. Jr. et l. 2010, *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.
- Halawa dan Dewi. 2019. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ultra Milk Di Kabupaten Badung (Studi Pada Konsumen Ultra Milk di Kabupaten Badung-Bali). Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 1, No.
- Ilmi, Pawenang dan Marwati 2020. Pengaruh Choi Siwon Sebagai *Brand Ambassador, Brand Image* (Citra Merek) dan Citra Rasa Terhadap Keputusan

- Pembelian Mie Korean Spicy Chicken. Jurnal Ilmiah Edunomika Volume 04, No.1
- Istiyanto dan Nugroho. 2017. Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol.12, No.1.
- Jasmalinda. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman. Jurnal Inovasi Penelitian Volume 1, No.1.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi KeduaBelas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Tiga Belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. Marketing Management. 14e Global Edition. Pearson.
- Kotler dan Armstrong. *Principles of Marketing*. New Jersey : Pearson Education Limited. 2014.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta.
- Nurhayati. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi Vol.4, No.2.
- Pratama dan Nurbaya. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Osing Deles Banyuwangi. Jurnal Aplikasi Bisnis Volume 4, No.2
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu. TQM Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Primadasari dan Sudarwanto. 2021. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi.
- Rangkuti, Freddy (2002), Measuring Customer Satisfaction, Penerbit PTGramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Ratri, Eka. 2007. Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosanti, Salam, dan Panus. 2021. *The effect of brand image and and product quality on purchase decisions*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 2, No.6.
- Sanjiwani dan Suasana. 2019. Peran *Brand Image* Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen Volume 8, No. 11.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua, Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: IndeksSugiyono. (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Shimp Terence. 2003. Periklanan dan Promosi, Erlangga, Jakarta.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. Marketing In Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suparwi dan Fitriyani. 2020. Pengaruh *Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Top White Coffee* Mahasiswa FEBI IAIAN Kudus 2016-2017. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol.8, No.2.
- Supriyadi, Wiani dan Indra. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). JurnalBisnis dan Manajemen Vol.4, No.1.
- Susilawati, Hanfan dan Anugrah. 2021. Pengaruh *Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth* dan *Testimony In Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial Volume 6 No. 1, pages 35-43.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Prespektif Kontemporer Manajemen dan Pemasaran. Yogyakarta \: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andy Offset, Yogyakarta.