

## DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta.
- Amrullah, A., Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *KINERJA*, 13(2), 99-118.
- Anwar, S. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181-190.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Aritonang, L.R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke-9. Bandung: Penerbit Alfabeth
- Fandy, T. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus E-commerce Shopee). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Fatlahah, A. (2015). Pengaruh Kualitas produk dan Citra merek terhadap keputusan pembelian es krim wall's magnum. *Diamond*, 1, 3. Gifani, Auliannisa, and Syahputra Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK* 10.2.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsoro, Bayu Bagas, and Wildan Ainul Hafidh. (2018). *The influence of product quality, brand image on purchasing decisions through brand trust as mediating variable*. *Management Analysis Journal* 7.4,528-539.

- Hoeffler, S. & K.L. Keller. (2003). *The Marketing Advantages of Strong Brands. Journal of Brand Management*. Vol. 10, No. 6, pp. 421-445
- Husein, U. (2010). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi ke-11. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.*
- Ilmiah, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Scoopy Pada Cv. Trio Motor Batulicin Kalimantan Selatan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).*
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2016). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung. The Journal Gastronomy Tourism, 3(2), 75-83.*
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. jilid 1. Jakarta: Penerbit Prentice Hall.*
- Kencana, P. N., & Nurwita, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt Shaza Food (Studi Kasus Di Areatangerang Selatan). Media Bina Ilmiah, 15(10), 5531-5536.*
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke-12. Jakarta: Penerbit Indeks.*
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga*
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ke-13. Jakarta: Penerbit Erlangga*
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke-12 Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.*
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen. 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 5(1).*
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake*

- Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 314-323.
- Nugroho J. S. (2003). *Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Prenada Media.*
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit PT. Indeks Gramedia*
- Septyansyah, T., Zaini, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lensa Essilor Pada Optik Di Wilayah Depok. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(3).
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square. *E-Journal Widya Ekonomika*, 2(1), 38-45.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta*
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit PT Alfabet.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Penerbit Alfabeta, CV.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Penerbit Alfabeta.*
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya*
- Sutrasmawati, R. E. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

Terence, A.S. (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid I ( edisi 5). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute- Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472–481.

