

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David. A. dan Alexander, L. Biel. 2009. *Brand Equity and Advertising, Advertising Role In Building Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bahar, Andi Fachrunnisa. 2019. *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Sma Kartika Xx-1 Makassar)*. Skripsi. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia Makassar.
- Booming Cities 2020*. 2020. Diakses pada Desember, 5, 2021, dari Lokadata.id : <https://lokadata.id/artikel/booming-cities-2020-10-wilayah-paling-berkembang-di-indonesia>
- Cravens, David W. dan Piercy, Nigel F. (2013). *Strategic Marketing*. New York: McGraw-Hill Companies Inc.
- Ferdinand, 2014. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garvin, David, "Managing Quality", di dalam Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Alutu Terpadu (TotalQualityManagement)*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Ghozali dan Imam. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L, dan Stanley, B. Davis. 2002. *Manajemen Mutu Total*. Alih Bahasa; Benjamin Molan, Penyunting; Wandansari Mardiarti. Edisi Kedua, Jilid 2. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Hahn, Fred E. 2008. *Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keke, Nurbaya. 2018. "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Distro Osing Deles Banyuwangi". *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. USA: Pearson.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Liya Monalisa Anis, Suharyono dan Sunarti. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap International *Brand Image* Serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa pembeli dan pengguna Laptop Lenovo di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 28 Nomor 2 .
- Mahanani, Estu. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com". *Ikraith-Humaniora*, Volume 2.
- Mongi, Lidya, dkk. 2013. "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado". *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4 Desember.
- Mullins, John W, et al. 2005. *Marketing Management: a strategic decision making approach, 5th Edition*, New York : The Mcgraw-Hill Companies.
- Novita, Vincelia Diyah. 2010. *Hubungan antara Brand Image, Brand Attitude dengan Brand Loyalty pada Produk Attack, Rinso, dan So Klin*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Sanata Dharma Yogyakarta.
- Nugraheni, Merlita 2016. *Analisis Brand image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Wonosobo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pahlevi, Arief Chandra dan Musthofa Hadi. 2017. "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Pantene". *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume 3, Nomor 1.
- Pratama, dkk. 2017. "Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di *Event-Event Kampus*)". *Journal of Management*, Volume 3, Nomor 3.
- Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu, Total Quality Manajemen, abad 21. Studi Kasus dan Analisis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pride, William M. dan O.C. Ferrel. 2010. *Marketing*. Fiftineth Edition. Canada: Sourth Western International Edition.
- Riduwan. 2011. *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati". *Jurnal STIE Semarang*, Volume 8, Nomor 2.

- Santoso dan Singgih. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi. J Nugroho. 2003. *Perilaku Pelanggan : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Stanton, William, J, dan Y. Lamarto. 1994. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I,. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.
- Supriyadi, dkk. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 4, Nomor 1.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Index*. 2021. Diakses pada November, 25, 2021, dari *Top Brand Award* : https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=Lifebuoy
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Walker, O. C, dan Mullins, J. W. 2014. *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*. Seventh Edition. New York: McGraw-Hill.
- Wicaksono. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Indeks..
- Yustiawan, O, dan Prijati. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 5, Nomor 2.