

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David A dan L. Biel Alexander. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand. Inc.,Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.*
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.
- Almira, Amelia dan JE Susanto. 2018. “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Maison Nobl”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.* Volume 3 Nomor 2.
- Ambadar, Jackie, dkk. 2007. *Mengelola Merek.* Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri
- Angipora, Marius. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anis, Liya Monalisa. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap *International Brand Image* serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis.* Volume 28 Nomor 2.
- Anugrah, Yogi Martha Hani. 2019. “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di ACK Lenovo Store Surabaya”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (PTN).* Volume 7 Nomor 1 ISSN: 2337-6708.
- Astaki, Dinda Prameswari Putri dan Purnami. 2019. “Peran *Word of Mouth* memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *E-Jurnal Manajemen.* Volume 8 Nomor 9.
- Darmajaya, Ida Bagus Dicky dan Tjok Gede Raka Sukawati. 2018. “Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Manajemen Unud.* Volume 7 Nomor 12 ISSN: 2302-8912.
- Darmawan, Muhammad Rizky, dkk. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Raket Yonex”. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen Tri Bisnis.* Volume 2 Nomor 2.

- Darojat, Tubagus Ahmad. 2020. "Effect of Product Quality, Brand Image and Life Style Against Buying Decision". *Journal of Management Science (JMAS)*. Volume 3 Nomor 2 e-ISSN: 2684-9747.
- Fan, Q. 2019. "Relationship among China's Country Image, Corporate Image and Brand Image". *Journal of Contemporary Marketing Science*. Volume 2 Nomor 1 Hal. 34-49.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: B.P. Universitas Diponegoro.
- Habir, Hastuti, dkk. 2018. "Pengaruh Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 4 Nomor 3 ISSN: 2443-3578 (online) ISSN: 2443-1850 (print).
- Hanaysha, J. R. 2018. "An Examination of the Factors affecting Consumer's Purchase Decision in the Malaysian Retail Market". *PSU Research Review* Volume 2 Nomor 1 Hal 7-23.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasmiati, dkk. 2020. "The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akkhwat Makassar". *Pinisi Business Administration Review*. Volume 2 Nomor 2 ISSN (Print): 2656-6524.
- Hermawan, Kartajaya. 2004. *Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Istiyanto, Budi dan Lailatan Nugroho. 2016. "Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)". *EKSIS*. Volume 12 Nomor 1 ISSN: 2549-6018 (online) ISSN: 1907-7513 (print).
- Juliana, Kadek Edi, dkk. 2018. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat". *Bisma: Jurnal Manajemen*. Volume 5 Nomor 1 P-ISSN: 2476-8782.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2010. *Principles of Marketing, Thirteen Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- MediaIndonesia.com. 2021. Kemenkominfo: 89% Penduduk Indonesia Gunakan *Smartphone*. Tersedia pada <https://m.mediaIndonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone> (diakses tanggal 2 Oktober 2021)
- Nabhan, Faris dan Kresnaini Enlik. 2005. “Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu”. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Volume 6 Nomor 3.
- Nurdianto, Dedi dan Tri Yuniati. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek sebagai Variabel *Intervening* terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Honda”. *Jurnal Ilmiah dan Riset Manajemen*. Volume 2 Nomor 10 Halaman: 1-29.
- Oktaveina, Kadek Ayuk Riska dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi”. *Jurnal Manajemen Unud*. Volume 8 Nomor 3 ISSN: 2302-8912.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS Cetakan Ketiga*. Ponorogo: CV. Wade Group.

- Rosi, Fathur dan Nurita Andriani. 2021. "Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh *Positioning* terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 2 P-ISSN: 2775-3093 E-ISSN: 2797-0167.
- Rozaili dan Zulkifli. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha N-Max". *JRR*. Volume 1 Nomor 1 ISSN: 2685-1024.
- Salem, M. Z. 2018. "Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain". *Management Decision*. Volume 56 Nomor 8 Hal. 1748–1768.
- Sanjiwani, Ni Made Dwi dan Suasana. 2019. "Peran *Brand Image* dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen Unud*. Volume 8 Nomor 11 ISSN: 2302-8912.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sofyan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suciningtyas, W. 2012. "Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan Media Komunikasi terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. Volume 1 Nomor 1 Halaman: 1-8.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syamsidar, Rizky dan Euis Soliha. 2019. "Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada Banaran 9 *Coffee and Tea* di Gemawang, Kabupaten Semarang)". *JBE: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Volume 26 Nomor 2 ISSN: 1412-3126 (*print*) ISSN: 2655-3066.

Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Triyanti, Nuning dan Desy Prastyani. 2020. “Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer melalui Citra Merek”. *JCA Ekonomi*. Volume 1 Nomor 2 Halaman 598-605.

Topbrandindex.co.id. 2021 diakses pada 1 Oktober 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Widyastuti, S dan M. Said. 2017. “*Consumer Consideration in Purchase Decision of SPECS Sports Shoes Product through Brand Image, Product Design and Price Perception*”. *International Journal of Supply Chain Management*. Volume 6 Nomor 4 Hal. 199–207.

Wijaya, Bambang Sukma. 2012. *Etika Periklanan: Dimensi Citra Merek dan Perspektif Komunikasi Merek*. Jakarta: UB Press

