

DAFTAR RUJUKAN

- Abi, Yudi. 2020. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* Vol. 15, No. 1.
- Afnina, dan Yulia. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol 9, No. 1.
- Auliya, Lina. 2020. Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management* Vol. 2 No. 2. Hal. 216-232.
- Baskara, Yoga. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Volkswahen Golf (Studi Kasus Komunitas Nuvolks Jakarta). *E-Proceeding of Management: Vol. 4, No.2.*
- Farid, Ali, dkk. 2020. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Tas Eiger Mahasiswa Penghuni Kost di Kelurahan Dinoyo). *e-Journal Riset Manajemen*, Vol. 9. No. 6.
- Farisi, Salman. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conference Management and Bussines.*
- Ferdinand, A. 2006. Metodologi Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gitusudormo, Indriyo. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE
- Hafizh, Fandi dan Farah. 2021. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ngikan Yuk Kota Bandung. *E-Proceeding of Management: Vol. 8, No. 2.*
- Istiyanto, Budi dan Lailatan. 2016. 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.

- Karlina, Ni Putu dan Seminari. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6.
- Keller, K. L. 2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity Second Edition*. New Jersey: Pearson Education
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Edisi 4. Pearson Education
- Kotler, dan Armstrong. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Diterjemahkan oleh Bambang Sarwiji. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller. 2012. Marketing Management Edisi 14. New Jersey: Pearson Prestice Hall
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kristin, Natalia dan Anggoro. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan Vol 8, No. 1.
- Laila, Eky. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vol. 6. No. 1.
- Pratama, Keke E. dan Siti. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Distro Osing Deles Banyuwangi. Jurnal Aplikasi Bisnis: Vol. 4. No. 2.
- Putriani, Ade, dkk. 2015. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian pada PT. *Fastfood* Indonesia (KFC) Cabang Pematangsiantar. Jurnal SULTANIST, Vol. 3. No. 2.
- Putro, Adityo. 2009. Analisis Efektivitas Banner Ads untuk Meningkatkan Brand Image Produk/Jasa di Indonesia (Studi kasus Kaskus.Ur dan Detik.Com).

- Ramadhani, F dan Musthofa. 2020. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *The Body Shop* pada Mahasiswa Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol: 6 Nomer 2.
- Schiffman, L., dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks
- Setiyadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Setyo, Purnomo. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*. Vol 1. No. 6.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sopiah, dan Sangadji, E. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiyono. 2007. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Edisi X. Bandung: CV Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: *Center For Academic Publishing Service*
- Supriyadi, Wahyu, dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Univeritas Merdeka Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 4. No. 1
- Suryani, Ade. 2019. Pengaruh Kualitas Produk *Herbalife* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Club Sehat Sky Town. *Jurnal Adminika*, Vol. 5. No. 1.
- Susilawati, Endang dan Mohhammad. 2021. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah. *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol: 7 No. 1.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Wahyuni, Ni Luh, dan Gede. 2014. Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention Produk Tas Tiruan di Kota Denpasar. *e-Journal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 3. No. 2.