

**DAFTAR RUJUKAN**

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 95-107.
- Adiwiwijaja, A. J., & Tarigan, Z. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 1-9.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal* , 228-239.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIH Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 120-136.
- Angipora, M. P. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-15.
- Aritonang, L. R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Artanto, P., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada A&W. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-19.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi serta dampaknya pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 16-26.

- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 176-188.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journal* , 528-539.
- Harper, W., Boyd, O. C., & Jean, C. L. (2005). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Study Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *E-Journal STIE Dewantara*, 1-8.
- Karlina, N. N., & Seminari, N. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kalitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1610-1623.
- Keller, K. L., Parameswaran, M., & Jacob, I. (2011). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. India: Pearson Education India.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium)*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentic Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Bandung: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kurniawan, I., Wahab, Z., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 27-40.
- Lin, N. H. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Management Studies*, 121-132.
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 98-105.
- Maulida, D., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1-17.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muntaha, L. S., Djoko, H., & Dewi, R. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Cair (Studi Kasus Pada Konsumen Atau Pengguna Sabun Mandi Lux Cair di Swalayan Galael Mall Ciputra Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Polotic*, 1-10.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 621-632.
- Oktavenia, K. R., & Ardani, I. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1374-1400.
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Jurnal FEB*, 16-23.

- Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh Brand Image Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 82-89.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 92-121.
- Sanjiwani, N. D., & Suasana, I. K. (2019). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 6721-6740.
- Saragih, S. H. (2013). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop. *Pelita Informatika Budi Darma*, 82-88.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2008). *Prilaku Konsumen. Edisi ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sembiring, I. J., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-10.
- Sugiyono, P. D. (2007). *Metodelogi Penelitian Bisnis, Edisi X*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharno, & Sutarso, Y. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (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 & Manajemen*, 74-85.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada StartUp Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 41-53.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian Update PLS Regresi*. Semarang: Andi.



Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 11-18.

