

DAFTAR RUJUKAN

- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anisa, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 408–416. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.37175>
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa)*. Jakarta: Erlangga
- Dheany, Arumsari. 2012. Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1.
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Farhana, K. (2021). Diary fimela: tak kalah dari produk internasional, simak kisah kesuksesan bisnis *skincare* berbahan alami dari petani lokal. Diakses dari <https://www.fimela.com/beauty/read/4470554/diary-fimelatak-kalah-dari-produk-internasional-simak-kisah-kesuksesan-bisnisskincare-berbahan-alami-dari-petani-lokal>
- Ferrinadewi, E. (2008), *Merek Dan Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, A., M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.

- Garvin, David A. 2016. Alih Bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Yogyakarta
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hudson, S. (2008). Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective. SAGE Publication Ltd, London.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Juliana, K. E., Telagawathi, N. L. W. S., dan Susila, G. P. A. J. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Bisma: Jurnal Manajemen, 5(1), 1–8.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Krisnadana, K. R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA KEDAI KOPI NAU SINGARAJA. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 65–71.

- Lambin, Jean-Jacques. 2007. *Market Driven Management : Supplementary Web Resource Material*. Palgrave Macmillan.
- Luthfiana dan Purworini. 2023. Pengaruh Brand Ambassador Dan Social Media Instagram @Npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure
- Maulia, Y. (2022). Sukses jadi brand *skincare* lokal berbahan natural, Npure raih penghargaan MURI. Diakses dari <https://www.parapuan.co/read/533259174/sukses-jadi-brand-skincarelokal-berbahan-natural-npure-raih-penghargaan-muri>
- Oktapiani, K., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Brand Image Memediasi Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome di Datel Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 72–79. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i1.50173>
- Pakpahan, Manuntun. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Pratiwi dan Maskur. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Dan Electronic –Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Skincare Brand Npure Di Kota Semarang
- Pujadi, Bambang, 2010, “Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)”, Tesis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rahmadhini, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Laptop Asus di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 216–224. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i2.66093>
- Respati, S. (2022). Npure dapat penghargaan *skincare* lokal pertama dengan daun utuh pada kemasannya dari MURI. Diakses dari <https://www.kompas.com/parapuan/read/533259207/npure-dapat-penghargaan-skincare-lokal-pertama-dengan-daun-utuh-pada-kemasannya-dari-muri>
- Selviyanti, D. S., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 460–468. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung

Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Personal Selling Agen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Asuransi Sun Life Financial Singaraja. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 63–71. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.3528>

Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

Widiana, I. G. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MIXUE DI KINTAMANI. *JURNAL MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 7(2), 24–33.

