

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Rahmat Nur & Hidayat, A. M. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda Beat di Kota Bandung tahun 2017. *e-Proceeding of Applied Science*, 4(1 ISSN : 2442-5826), 20–33.
- 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, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Ardiansyah, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6, Juni 2017*, 6(1), 1–17.
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–144.
- Br Situmorang, E. D., Gultom, R., Nadapdap, K., & Sihite, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Amanda Brownies. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 40–51. <https://doi.org/10.32477/jrm.v6i1.334>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global-Rci.
- Darmanto & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Hidayatulloh, R., Pudyaningsih, R. A., & Akramiah, N. (2020). Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada UD.Hartani Jaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5(1), 21–28.
- Igir, F., Tampi, J., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(02), 86–97. <https://doi.org/10.35797/jab.6.002.2018.19856>.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 04(1), 43–51.
- Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 14–22. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.

- <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Gava Media.
- Putra, Giardo Permadi & Arifin, Z. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 88103.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahayu, S., & Haryanto, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), 64–76.
- Rizan, M. (2017). The Influence Of Brand Image, Price, Product Quality and Perceive Risk On Purchase Decision Transformer Product PT. Schneider Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(1), 101–118. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.008.1.06>
- Rizan, M. & S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Perceive Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Transformer PT. Schneider Indonesia*. 8(1), 101–118.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>
- Suari, Made Tiya & Telaghawati, N. L. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. V. (2019). *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sunarti, Prasetya, E. G., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–221.
- Syahrazad, I. F., & Hanifa, F. H. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom) Tahun 2018. *e-Proceeding of Applied Science*, 5(1), 65–73.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Titik, E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.gajah Mada Cabang Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 231186.
- Umar, H. (2016). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja

Grafindo Persada.

Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

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) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>

Yulianti, F. & L. P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.