

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Ahli Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo..
- Aziz, Nazaruddin. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia.” 1–9. doi: 10.31219/osf.io/w6dt5.
- Batu, Reminta Lumban, Fitri Nur Afifah, Hanifah Baihaqi, and Indri Pramesti. 2019. “Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta).” *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 7(1):112. doi: 10.33884/jimupb.v7i1.942.
- Ernawati, Diah. 2019. “Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk.” *Jurnal Wawasan Manajemen* 7:17–32.
- Maslahkah, Arinda Nur, and Anik Lestari Andjarwati. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mascara Oriflame (Studi Pada Konsumen Mascara Oriflame Wilayah Surabaya Pusat).” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 6(4):486–92.
- Masyadi, Abdul Salam, Yusril Masri, and Prodi Manajemen. 2020. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Buah Naga Di Kecamatan Donri – Donri Kabupaten Soppeng.” *Jurnal Metansi* 3:61–67.
- Supriyadi, Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha. 2017. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 4(1):74–85. doi: 10.26905/jbm.v4i1.1714.
- Wiwi Kurnianingsih, Sugiyanto Sugiyanto. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia.” *Skripsi Respositari* 1(1):516.
- 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.