

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, R. N., & Hidayat, A. M. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda Beat di Kota Bandung tahun 2017, *4*(1), 20–33.
- Amsar Saragih. (2017). Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di cv. indah sakti kota pinang, *2*.
- Ansah, A. (2017). Pengaruh desain produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian, *1*(2), 178–189.
- Auliannisa Gifani, S. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas telkom, 81–94.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki pada cv.gajah mada cabang Padang, 114–121.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: UNDIP.
- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). the influence of product quality, brand image on purchasing decisions through brand trust as mediating variable, *7*(4).
- Lamalewa, F., Ririhena, S. W., Putri, R. N., & Musamus, U. (2018). The Influence of lifestyle and brand images on decisions on samsung brand smartphone purchasing in students of economic and business, faculty of economics and business at the university of musamus, Merauke, *9*(10), 304–309.
- Marendra, I. G. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket (alfamart atau indomaret) (Studi kasus di Universitas Pamulang), *1*(3), 34–52.
- Marupa Siregar. (2018). pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman coca-cola pada mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial universitas sari mutiara indonesia Medan, *3*(1), 217–234.
- Mubarak, M. M. (2018). The effect of brand image and consumer attitudes on the decision to purchase Batik Jetis Sidoarjo mediated by intent to buy, *21*(1), 105–116. <https://doi.org/10.14414/jebav.1134>
- Nassrulloh, Titik Ambarwati, M. (2018). pengaruh job insecurity dan kepuasan kerja terhadap turnover intention pada karyawan pabrik, 102–113.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta, *IV*(2), 60–69.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor, *14*(1), 16–23.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Riris Roisah, D. R. (2016). Telaah hubungan citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen, *IV*(1), 100–107.
- Riyono, & Erlik, B. G. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan brand

- image terhadap keputusan pembelian produk aqua, 8(2), 92–121.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh produk dan citra merek merek specs di kota Bekasi, 4(3).
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sulistiani, S. (2017). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan pada produk hydro coco pt kalbe farma, 2(4).
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.