

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Alisan, & Sari, W. (2018). Pengaruh *Personal Selling* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Fitting* Pipa (*Elbow*) Pada PT. Sekawan Abadi Teknik Medan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 128. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.808>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99.
- Batu, R. L., Afifah, F. N., Baihaqi, H., & Pramesti, I. (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. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.942>
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv. Gajah Mada Cabang Padang. 114–121.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* oppo pada mahasiswa universitas telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 81–94.
- heryenzus. (2017). Pengaruh *Price* Dan *Product Quality* Terhadap *Consumer Purchase Decision* Pada Pt Semen Holcim Batam. *Jim Upb*, 5(1), 119–134. Retrieved from <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/view/132>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (edisi 17). New Jersey: Pearson.
- Listyawati, I. hastuti. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. *Journal Bisnis Manajemen Administrasi*, IV(2), 50–59.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1), 15–24.
- Meutia, R. (2016). Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Asus *Smartphone*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 212. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150202.id>
- Mubarak, M. M. (2018). *The Effect of Brand Image and Consumer Attitudes on The Decision to Purchase Batik Jetis Sidoarjo Mediated by Interest to buy.*

- Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(1), 105–116.
<https://doi.org/10.14414/jebav.v21i1.1134>
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73.
<https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian *handphone* samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV*, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.
- Prasetyo, E. T., & Purwantini, S. (2017). *An Influence Analysis Of Product Quality , Brand Image , And Price On The Decision To Buy Toshiba Laptop (A Study on Students of Economics Faculty of Semarang University)*. *Economics & Business Solutions Journal*, 1(2), 11–18.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Jakarta: CAPS (*Center Of Academic Public Service*).
- Wibowo, E. A. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian* (A. Djojo, ed.). Yogyakarta.