

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E. F. (2019). Analisis Kualitas Produk Dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *Mbia*, 18(1), 37–48.
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Penelitian Iptek*, 3(2), 186–196.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). *The Influence Of Products And Promotions On Purchasing Decisions Mediated In Purchase Motivation. Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(1), 152–161.
- Asroi, & Hidayat, S. (2016). *Memahami Variabel Dan Instrumen Peneltian*.
- 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.
- Drs.M.Mursid. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Edi Juliana, K., Luh Wayan Sayang Telagawathi, N., & Putu Agus Jana Sulisa, G. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 1–8.
- Eka Patama, K., & Nurbaya, S. (2018). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Osing Deles Banyuwangi. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 495–499.
- Fauziah, F. (2019). Pengaruh Sales Promotion, Brand Image Dan Instore Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Hypermarket Dan Giant Gresik). *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(2), 54–61.
- Hanif, Yulingga Nanda, & Himanto, W. (2017). *Statistik Pendidikan*.
- Jakni. (2016). *Metodologo Penelitian Eksperimen Bidang Pendidikan*.
- Kusuma, Y. E., Satriyono, G., & Samsu, N. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Foto Pada Studio Foto 4 Warna Photography Kota Kediri. *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 137.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Manap,H, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*.
- Marupa Siregar, E. H. (2018). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Mutiara Manajemen*, 3(1), 217–234.

- Mubarok, 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.
- Nandan Limakrisna, T. Parulian P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Edisi 2*.
- 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.
- Narbuko, C., & Abu, A. (2016a). Metodologi Penelitian.
- Narbuko, C., & Abu, A. (2016b). Metodologi Penelitian.
- Nasution, S. (2016). *Metode Research*.
- Priyatno. (2011). *Buku Pintar Statistik Komputer*. Mediakom.
- Purba, M. L., Si, M., Tambunan, E., Sumbayak, N., Program, M., Manajemen, S., Indonesia, M. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Wash Merek Dettol Pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hilir Lingkungan Viii Pendahuluan. 3(1), 235–242.
- Rizan, M., Nauli, M. O., & Mukhtar, S. (2017). *The Influence Of Brand Image, Price, Product Quality And Perceive Risk On Purchase Decision Transformer Product Pt. Schneider Indonesia*. *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 8(1), 101.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta
- Sanusi, A. (2011). *Metododologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, R. (2019). *Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat)*. 15(1), 1–11.
- Selestio, R., Ferdinand, A. T., & Sukresna, I. M. (2016). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi Penjualan, Brand Positioning, Dan Perceived Quality Yang Dipengaruhi Oleh Celebrity Endorser Dan Inovasi Produk. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(3), 141–151. Retrieved From
- Sholihah, S., & Santoso, E. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Martabak Terang Bulan "Bahari Tunggulwulung Malang). *Aplikasi Bisnis*, 4, 394–397.
- Sitompul, S. S. (2019). *No Title*. 2, 322–334.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pndekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*.
- Sulistiani, S. (2017). *Eduka Jurnal Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*. 2(4).
- Sunyoto, Danang. D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Supriyati, & Dkk. (2017). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Bungo Pada Rumah Batik Vinto Muara Bungo. *Ekobistek Fakultas Ekonomi*, 6(2), 192–199.
- Thamrin Abdullah, Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Rajagrafindo Persada, Jkt.

- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak*, 1 No.1(1), 1–12.
- Wibowo, M.Si, I., & Samad, A. (2016). Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3).
- Wibowo, Agung Edi. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*. Batam: Gava Media.
- Wibowo, Agung Edy. (2012). *Aplikasi Praktis Spss Dalam Penelitian*.