

## 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>
- Aditya Hangga Supangka. (2017). *Aditya Hangga Supangkat Supriyatin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 6(September), 1–19.
- Anita, T. L., & Ardiansyah, I. (2019). The Effect Of Brand Awareness, Brand Image And Media Communication On Purchase Decision In The Context Of Urban Area Restaurant. *Journal Of Business And Entrepreneurship*, 7(2), 40–50.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. [www.gadget.bisnis.com](http://www.gadget.bisnis.com)
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Deepublish.
- Efnita, T. (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.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V11i3.154>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2018.V7.I01.P17>
- GHOZALI, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (8th Ed.). BPFE Universitas Diponegoro.
- Heryati, A. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi Pt. Pupuk Sriwidjaja Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 1(2), 57–75. <https://doi.org/10.35908/Jeg.V1i2.204>
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Prenada Media.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–24.
- Kuncoro, A., & Sudarman. (2018). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Andi.
- Kurnia, M. R., Djumali, & Istiqomah. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja Oke Sport Di Kecamatan Wonosari. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 24(1), 33–42.
- Laras, G. M. D., & Firmanyah, E. (2019). Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Konsumen: Kasus Pada Produk Mie Instan. *JWM (Jurnal Wawasan*

- Manajemen*), 6(2), 131. <https://doi.org/10.20527/jwm.v6i2.148>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Margaretta, F. (2017). *Xiaomi ( Studi Kasus Konsumen Handphone Xiaomi Dicikarang Utara ) Skripsi Oleh : Febriana Margaretta S Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa Halaman Persembahan*.  
[http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/244/1526489031532\\_Data Yang Disatukan Punya Ana Babyno.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/244/1526489031532_Data%20Yang%20Disatukan%20Punya%20Ana%20Babyno.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 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.
- Prasastiningtyas, T. R. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(Juli), 1–15.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Denpasar, Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rijadi, M. F., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(1).
- Riyono, & Budhiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 93–121.
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (D. A. Halim (Ed.)). Salemba Empat.
- Senggetang, V., L.Mandey, S., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2020). *The Master Book Of Spss Pintar Mengolah Data Statistik Untuk Segala Keperluan Secara Otodidak* (S.

- Adams (Ed.)). Anak Hebat Indonesia.
- 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(1), 1–12. <https://doi.org/10.32493/Smk.V1i1.1243.Y2018>
- 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). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V4i3.60>
- Widiana, I., & Sukawati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 255017.
- Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 10(3), 220. <https://doi.org/10.30998/Sosioekons.V10i3.2902>
- Zamroni, A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–16. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/Afif\\_Zamroni\\_\(11-15-16-10-31-46\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/11/Afif_Zamroni_(11-15-16-10-31-46).pdf)