

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, R. (2017). *Pengaruh Kemasan Produk Dan Merk Teh Celup Sariwangi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 2(2), 78–88.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mali, Karawang*. April 2020.
- Brenden, & Hernawaty. (2017). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada PT. Alfa Scorpini Medan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Pancabudi*, 8(1), 122–129.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma*, 5(1), 61–75.
- Gunawan, T., & Agustin, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 5(April), 1–8.
- Hanifawati, T., Suryantin, A., & Mulyo Handoyo, J. (2017). Pengaruh Atribut Kemasan Makanan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian*, 6(1), 172–185. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian. *Perspektif*, XV(2), 147–154. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/2364/1928>.
- Nur, A., Alam, A. R., & Anggi. (2019). Pengaruh Kemasan Produk Susu Bear Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Oze Power Switch Di Makassar. *Jurnal STIE Tri Dharma Nusantara*, 1(2), 111–120.
- Purnama, R. D., & Khuzaini. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Wakul Suroboyo*. 1–18.
- Putri Tanama, Rahayu B. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Cv budi utama.

- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perlengkapan Bayi Snobby Di Kota Batam. *Jurnal Ilimiah Core It*, *x*, 95–106.
- Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada PT Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *VIII*(2), 17–24. <http://www.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magisma/article/view/94>.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi promosi pemasaran*. Fkip Uhamka, 1–309. file:///C:/Users/Watashi/Downloads/promosi 2.pdf
- Sudrajat, A., Hamidi, J. M., & Nuraini. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz. *ResearchGate.Net*, *8*(1), 1–9.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tajudin, H. T., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok. *ISLAMICOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, *8*(1), 19–46. <https://doi.org/10.32678/ijei.v8i1.64>.
- Tarigan, D. S. Y., D. (2018). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A Mild Yang Ditawarkan oleh PT Duta Media Indonesia Area Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, *4*(2)(2), 20–29.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Gava Media.
- Widyasari, I. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lay'S. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 13. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Zaini, A. (2018). Pengaruh Kemasan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Oleh-Oleh. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 483–488.