

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- 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)
- Ayu Marini Sarasdianthi, N. K., Sasrawan Mananda, I. G., & Suardana, I. W. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal IPTA*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p02>
- Azizah, S., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Di Instagram, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kanz Coffee & Eatery). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 348–359.
- Barus, D. A. D. N. M. D. B. (2019). *MONOGRAF : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating* (N. A. Dharma (ed.)). Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=fjW2DwAAQBAJ&pg=PA54&dq=uji+kualitas+data&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjowL2r--DsAhWfIbcAHS7RacEQwUwA3oECAIQCg#v=onepage&q=uji+kualitas+data&f=false>
- Bintari, S.P, Budiwibowo, S., & Wijaya, A. L. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Membeli Produk “KiniBank Ditanganku” di Agen BTPN Wow Kecamatan Padas Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 730–744.
- Cahaya Adi Putra, I. G., Sasrawan Mananda, I. G., & Susrami Dewi, N. G. A. (2017). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Oleh Wisatawan Nusantara Di Bandara Ngurah Rai, Bali. *Jurnal IPTA*, 4(2), 44. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p09>
- Cahyaningrum, M. I. P. & I. (2019). *CARA MUDAH MEMAHAMI METODOLOGI PENELITIAN*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=e--iDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Cahyaningrum,+2019&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjF4NPrfLsAhVQfX0KHQU7BngQuwUwAHoECAMQCQ#v=onepage&q=Cahyaningrum%2C+2019&f=false>
- Dewi, D. C. (2019). Pengaruh Endorser Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pelembab Wajah Ponds Flawless White Pada

Mahasiswa STIT dan STEBIS Kota Pagar Alam ). *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah*, 1(1), 62–67.

Dewi, D. R., Hartono, S., & Istiqomah. (2017). PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PROBIOTIK MEREK YAKULT (Studi Kasus Pada Konsumen Yakult di Kampung Botokan Pajang Laweyan Surakarta). *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 1kualitas(1), 1–12.

Diansyah, D., & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97–109.  
<https://doi.org/10.24856/mem.v32i2.538>

Dr. Ansofino, M. si., Jolianis, S.pd., M. E., Yolamalinda, M. S., & Hagi Arfilindo, S. P. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Deepublish.  
<httpsbooks.google.co.id/booksid=3IJ5DwAAQBAJ&pg=PA93&dq=Uji+Asumsi+Klasik&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwigrL2ZnuHsAhUSgOYKHU25A-YQuwUwCXoECAUQCQ#v=onepage&q=Uji+Asumsi+Klasik&f=false>

Dr. Drs. Husein Umar MBA, M.M., S. . (2013). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama.  
<https://books.google.co.id/books?id=CSyUDwAAQBAJ&pg=PA54&dq=rumus+slovin+husein+umar&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwi-9e-E2rruAhWTIbcAHWA8CUkQ6AEwAnoECAYQAg#v=onepage&q=rumus+slovin+husein+umar&f=false>

Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan strategy*. Qiara Media.  
[https://books.google.co.id/books?id=Fz6nDwAAQBAJ&pg=PA59&dq=citra+merek&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwio9Z\\_Nzs\\_sAhXaSH0KHVDIDzGQuwUwA3oECAyQCQ#v=onepage&q=citra+merek&f=false](https://books.google.co.id/books?id=Fz6nDwAAQBAJ&pg=PA59&dq=citra+merek&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwio9Z_Nzs_sAhXaSH0KHVDIDzGQuwUwA3oECAyQCQ#v=onepage&q=citra+merek&f=false)

Dr. Mansur Chadi Mursid., M.M. Prof.Dr. Suliyanto, S.E., M.M. Dr. Rahab, S.E., M. S. (2019). *MENANAMKAN NILAI INOVASI BERBASIS SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN PRODUK BARU DI DIINDUSTRI KEUANGAN MIKRO SYARIAH* (S. P. Ika Lestari (ed.)). Khoirunnisa.  
<https://books.google.co.id/books?id=vGnqDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=rumus+uji+validitas&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiV-rjhjeHsAhVr8HMBHT2KAJEQuwUwAXoECAyQCQ#v=onepage&q=rumus+uji+validitas&f=false>

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M.M. Dr. Rahab, S.E., M. S. (2019). *Menanamkan Nilai Inovasi Berbasis Syariah Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk Baru di Industri Keuangan Mikro Syariah* (S. P. Ika Lestari (ed.)). Khoirunnisa.  
[https://books.google.co.id/books?id=vGnqDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=rumus+uji+reliabilitas+cronbach+alpha&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjP48\\_83LruAhV04XMBHWEoARIQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=rumus+uji+reliabilitas+cronbach+alpha&f=false](https://books.google.co.id/books?id=vGnqDwAAQBAJ&pg=PA67&dq=rumus+uji+reliabilitas+cronbach+alpha&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjP48_83LruAhV04XMBHWEoARIQ6AEwAXoECAkQAg#v=onepage&q=rumus+uji+reliabilitas+cronbach+alpha&f=false)

- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M. K., & M. Ali Sodik, M. . (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.  
<http://www.ghbook.ir/index.php?name=اندي شي هم دومين مقالات مجموعه و ت لوي زي ون رساذه سراسري و ت لوي زي ون رساذه سراسري>  
&option=com\_dbook&task=readonline&book\_id=13629&page=108&chkhask=03C706812F&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component
- Fakhri, R. (2020). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEBEL PADA CV. LAUTAN REZEKI PEKANBARU. *Riau Economics and Business Reviewe*), 11.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Issn: 2621 - 157*, "Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital," 689–705.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70.  
<https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner menggunakan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.  
<https://books.google.co.id/books?id=WTOyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+validitas+data&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiPsNSMwNzsAhUZWX0KHdZYBZIQwUwAXoECAQQCQ#v=onepage&q=uji+validitas+data&f=false>
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 32–43.  
<http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman/article/view/342>
- Indrasari, D. M. (2019). *PEMASARAN DAN KUPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.  
[https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=indikator+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjut7DB8s\\_sAhXZTX0KHbO4BXQQwUwAnoECAMQCQ#v=onepage&q=indikator+keputusan+pembelian&f=false](https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=indikator+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjut7DB8s_sAhXZTX0KHbO4BXQQwUwAnoECAMQCQ#v=onepage&q=indikator+keputusan+pembelian&f=false)
- Lestari Ayu Dyah ; Nurnida Ida. (2017). *the Impact of Brand Image on Product Purchasing Decisions Adidas in Paris Van Java Bandung*. 3(1), 48–56.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24.  
<https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- Mas'adi, M. (2020). *PENGARUH PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PONDOS PADA HYPERMART CABANG BINTARO*. 4(3), 51–58.
- Mudiono, Delfia, Sutanto, A., & Asakdiyah, S. (2019). PADA, PENGARUH

BIAYA PROMOSI DAN PERIKLANAN PT. PAPUA PASIFIK PERMAI JAYAPURA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

[https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=indikator+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjut7DB8s\\_sAhXZTX0KHbO4BXQQwUwAnoECAMQCQ#v=onepage&q=indikator+keputusan+pembelian&f=false](https://books.google.co.id/books?id=PYfCDwAAQBAJ&pg=PA74&dq=indikator+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjut7DB8s_sAhXZTX0KHbO4BXQQwUwAnoECAMQCQ#v=onepage&q=indikator+keputusan+pembelian&f=false)

Mukhtazar, M. p. (2020). *PROSEDUR PENELITIAN PENDIDIKAN*. ABSOLUTE MEDIA.

[https://books.google.co.id/books?id=iHHwDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=prosedur+penelitian+pendidikan&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjrebR\\_NTsAhWYIbcAHWBIAEMeQuwUwAHoECAIQCQ#v=onepage&q=prosedur+penelitian+pendidikan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=iHHwDwAAQBAJ&pg=PA22&dq=prosedur+penelitian+pendidikan&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjrebR_NTsAhWYIbcAHWBIAEMeQuwUwAHoECAIQCQ#v=onepage&q=prosedur+penelitian+pendidikan&f=false)

Nana Triapnita Nainggolan, Munandar Munandar, Andriasan Sudarso, Lora Ekana Nainggolan, Fuadi Fuadi, Puji Hastuti, Dewa Putu Yudhi Ardiana, Acai Sudirman, Dyah Gandasari, Nina Mistriani, Aditya Halim Perdana Kusuma, Astri Rumondang, D. G. (2020). *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Sumatra Ut). Yayasan Kita Menulis.

[https://books.google.co.id/books?id=XvsAEAAAQBAJ&pg=PR8&dq=pengertian+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj3hrPi-8\\_sAhUW7HMBHdXQDhUQuwUwA3oECAMQCw#v=onepage&q=pengertian+keputusan+pembelian&f=false](https://books.google.co.id/books?id=XvsAEAAAQBAJ&pg=PR8&dq=pengertian+keputusan+pembelian&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj3hrPi-8_sAhUW7HMBHdXQDhUQuwUwA3oECAMQCw#v=onepage&q=pengertian+keputusan+pembelian&f=false)

Nova Ch. Mamuaya. (2018). THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND STORE ATMOSPHERE ON HEDONIC SHOPPING MOTIVATION AND IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN HYPERMART MANADO CITY. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 13.

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.

Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). PENGARUH SERVICESCAPE DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 11–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>

Paleni, S. N. H. (2020). *PENELITIAN SUMBER DAYA MANUSIA, PENGERTIAN, TEORI DAN APLIKASI (MENGUNAKAN IBM SPSS 22 FOR WINDOWS)*. Deepublish.

[https://books.google.co.id/books?id=ZUKQEAAAQBAJ&pg=PA77&dq=Koefisien+Determinasi+rumus+KD%3Dr%5E2+x+100%25&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiS7aPz5rruAhVu7HMBHa\\_XCEQQ6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q=Koefisien+Determinasi+rumus+KD%3Dr%5E2+x+100%25&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ZUKQEAAAQBAJ&pg=PA77&dq=Koefisien+Determinasi+rumus+KD%3Dr%5E2+x+100%25&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiS7aPz5rruAhVu7HMBHa_XCEQQ6AEwAXoECAMQA#v=onepage&q=Koefisien+Determinasi+rumus+KD%3Dr%5E2+x+100%25&f=false)

Poluan, J., Lumintang, G., & Untu, V. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada Pt. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen*,

*Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 671–681.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v4i3.14334>

Prasetya, I. S., & Widyawati, N. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.

Putranto, A. T., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2018). *ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, EKUITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL ADIDAS*. 1(2).

Rachmat Kriyantono, P. . (2013). *Manajemen Periklanan*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).  
<https://books.google.co.id/books?id=CeBjDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Riza, A. F. R. N. S. F. R. A. N. (2020). *BUKU TUTORIAL SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KINERJA DOSEN MENGGUNAKAN METODE 360 DEFREE FEEBACK*. Kreatif Industri Nusantara.  
[https://books.google.co.id/books?id=tIr9DwAAQBAJ&pg=PA237&dq=rumus+Uji+Validitas+Korelasi+Pearson+Product+Moment.&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiK2Ijq87ruAhWi\\_XMBHc2ADZsQ6AEwBHoECAkQAg#v=onepage&q=rumus+Uji+Validitas+Korelasi+Pearson+Product+Moment.&f=false](https://books.google.co.id/books?id=tIr9DwAAQBAJ&pg=PA237&dq=rumus+Uji+Validitas+Korelasi+Pearson+Product+Moment.&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwiK2Ijq87ruAhWi_XMBHc2ADZsQ6AEwBHoECAkQAg#v=onepage&q=rumus+Uji+Validitas+Korelasi+Pearson+Product+Moment.&f=false)

Sandi, K., Habibi, R., & Fauzan, M. N. (2020). *Tutorial PHP Machine Learning Menggunakan Regresi Linear Berganda Pada Aplikasi Bank Smaph Itimewa Versi 2.0 Berbasis WEB* (R. M. Awangga (ed.)). Kreatif Industri Nusantara.  
<https://books.google.co.id/books?id=df9DwAAQBAJ&pg=PA49&dq=Analisis+Regresi+Linear+Berganda&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjQ67HGo-HsAhUZA3IKHQqEC7IQuwUwBXoECAUQCw#v=onepage&q=Analisis+Regresi+Linear+Berganda&f=false>

Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh promosi penjualan dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1–8.

Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Sina, I., Jusuf, H., & Sari, F. N. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Grand Dafam Bela Ternate (Studi Pada Tamu Yang Menginap Di Hotel). 5(2), 1–18.

Sugiyono. (2016). *Deskripsi Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susanti, D. S., Sukmawaty, Y., & Slam, N. (2019). *ANALISIS REGRESI DAN KORELASI*. CV IRDH.  
<https://books.google.co.id/books?id=98XODwAAQBAJ&printsec=frontcove>

r&dq=Analisis+Koefisien+Determinasi&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwj0tYyXmunsAhXTXisKHRILBuwQuwUwAXoECA YQCw#v=snippet&q=Determinasi&f=false

Syaifullah, S., & Mira, M. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 86.  
<https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.682>

Sylvie Nurfebrianing, S.sos., M. S. (2017). *MANAJEMEN PERIKLANAN*. Deepublish.  
[https://books.google.co.id/books?id=Elw9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=periklanan&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjthIDgqc\\_sAhUPb30KHWtNCj0Q6AEwBHoECAQQAg#v=onepage&q=periklanan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=Elw9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=periklanan&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjthIDgqc_sAhUPb30KHWtNCj0Q6AEwBHoECAQQAg#v=onepage&q=periklanan&f=false)

Titik Efnita, S.E., M. S. (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.

Wona, R., Nurfarida, I. N., & Hidayat, C. W. (2018). *Pengaruh Promosi , Kualitas Produk dan Kepercayaan Belanja Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Situs Lazada . C0 . Id ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang )*. 1–5.