

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press
- Ackaradejruangsri, P. (2013). The effect of product quality attributes on Thai consumers' buying decisions. *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies*, 33(1), 14-25.
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 736-748.
- Anandia, R., & Santoso, S. B. (2015). Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Anoraga, P. (2000). *Manajemen Bisnis (kedua)*. Jakarta: PT Rineka Cipta Kusumah,
- R. (2015). Analyze the Effect of Trust, Price, Quality and Perceived Risk Toward Consumer Purchase Behavior in Online Shops Instagram. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 355–366.
- Apriyani, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek Frestea (Survey Pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen FEB UNPAS Bandung) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung)
- Apriyani, Y. (2013). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*, 2(01).
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Liberty Offset,
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas, Yogyakarta: Liberty Offset,
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.

- Buchari, Alma. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Durianto, D., (2004). *Brand Equity : Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 1(1), 203-213.
- Feigenbaum, A.V. 2000. *Kendali Mutu Terpadu*. Jilid 1. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Brand and Consumer Psychology: Implications On Marketing Strategies*. First edition. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firdausi, A. N., & Khasanah, I. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen teh dalam kemasan merek Teh Botol Sosro di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Gifani, A., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, 10(2), 81-94.
- Hamel, Gary & C.K Prahalad, 1994. *Competing for the Future*, USA : Harvard Business School Press.
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*.
- Hanaysha, J., Hilman, H., & Abdul-Ghani, N. H. (2014). Direct and indirect effects of product innovation and product quality on brand image: Empirical evidence from automotive industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(11), 1-7.
- Hernawan, E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 193-209.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kirmani, A., & Zeithaml, V. (1993). Advertising, perceived quality, and brand image. *Brand equity and advertising: Advertising's role in building strong brands*, 143-161.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 13. Penerjemah Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid Satu. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi keduabelas. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Dua. Edisi keduabelas. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14, Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, and Keller. 2009. *Marketing Management: The Millenium Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. Inc.
- Kotler, Philip. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Satu. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Dua. Jakarta: Bumi Aksara.
- 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.
- Limpo, L. (2017). Effect of Trust and Easy on Decision Online Purchase toward Special Fashion Products. (October 2015), 2015–2018.
<https://doi.org/10.21275/ART20177118>
- Mandić, D. (2009). Long-term impact of sales promotion on brand image. *Market-Tržište*, 21(2), 235-246.

- Marzolina & Marnis. (2010). Pengaruh Dimensi Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek (BRAND IMAGE) Rokok Lucky Strike Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 19(01). Retrieved from <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/788>
- Meiliani, N., & Ferdinand, A. T. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek serta Dampaknya terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 449-459.
- Montaner, T., & Pina, J.-M. (2008). The Effect Of Promotion Type And Benefit Congruency On Brand Image. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 24(3). <https://doi.org/10.19030/jabr.v24i3.1338>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen kfc kawi malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Edisi Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neha, S., & Manoj, V. (2013). Impact of sales promotion tools on consumer's purchase decision towards white good (refrigerator) at Durg and Bhilai Region of CG, India. *Research Journal of Management Sciences* ISSN, 2319, 1171.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of brand image, brand awareness and price (Case study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(8), 621-632.
- Nuraini, A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG).
- Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Rafida, N. N. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Sabun Mandi Cair Merek Dettol (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Semarang, Universitas Diponegoro*, 1-79.
- Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Sagala, C., Destriani, M., Putri, U. K., & Kumar, S. (2014). Influence of promotional mix and price on customer buying decision toward fast food sector: a survey on university students in jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Indonesia. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(1), 1-7.
- Samosir, harlie B. H. (2015). *Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. Ilmiah Managemen Dan Bisnis, 1(3), 2. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/96826-ID-jurnal-pengaruh-persepsiharga-dan-promo.pdf>
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, I.G., & Leslie L.Kanuk . 2004. *Perilaku konsumen*. Alih Bahasa oleh Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT Indeks Gramedia
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen : konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Shimp, Terence A (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Situmorang, I. L., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Tambunan, K., & Widiyanto, I. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen di Bandeng Presto Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Tamunu, M., & Tumewu, F. (2014). Analyzing The Influence of Price And Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles In Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Temporal, Paul. 2001. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam: Interaksara
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Jogjakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).