

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Afwan, M. T., dan Santosa, S. B. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2), 1-10.
- Anggraeni, A. R., dan Soliha, E. 2020. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>.
- Apriando, J. P., *et al.* 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 18(2), 166–183.
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Billy Leksono, R., dan 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*, 2(3), 381–390.
- Bimaruci Hazrati Havidz, H., dan Mahaputra, M. R. 2020. *Brand Image and Purchasing Decision: Analysis of Price Perception And Promotion (Literature Review Of Marketing Management)*. *Disnati International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Brata, B. H., *et al.* 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), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Campina. 2013. *Celebrate goodness*. Campina Ice Cream. Diakses pada 19 Januari, 2023, from <https://www.campina.co.id/id/>
- Candra Fatihah, D., dan Rani Desmawati, D. 2019. Pengaruh Pemasaran Langsung Terhadap Perilaku Konsumen Bisnis Menggunakan Meeting Package di Grand Tjokro Hotel Bandung. *Jurnal E-Bis*, 3(2), 96 - 110. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.123>.

- Candra Gunawan, A., dan Susanti, F. 2019. Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *INA-Rxiv Papers*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Candra, Y., *et al.* 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Ukm) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2). <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Cholid, M., dan Mirza. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Merek Campina Di Dki Jakarta. *Jurnal SWOT*, 8(3), 450–461.
- Civille, G. V., dan Dus, C. 1990. *Development of terminology to describe the handfeel properties of paper and fabrics*. *Journal of Sensory Studies*, 5(1), 19–32. <https://doi.org/10.1111/j.1745-459x.1990.tb00479.x>.
- Dian Efendi, W. 2018. Pengaruh Variasi Produk, Kemasan dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Campina Di Mini Market Wilayah Kota Kediri. *Simki-Economic*, 2(2).
- Digdowiseiso, K. 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image Produk Kecantikan Di Aplikasi Sociolla. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).
- Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Erlitna, K. G. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Positive Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–15.
- Fatlahah, A. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*, 1(2).
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fredy Wijaya, A., & Saryadi. 2016. Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Abdian Fredy Wijaya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Artis Raisa Sebagai Celebrity Endorser Produk Ice Cream Magnum Pada Mahasiswa Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 291–298. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.12426>

- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J.F., *et al.* 2010. *An assessment of the use of partial least squares structuralequation modeling in marketing research*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433. 10.1007/s11747-011-0261-6.
- Haitao, N. 2022. *Analysis of Price Perception, Purchase Interest and Marketing Performance On Purchase Decisions*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i4.1361>
- Handayani, F., *et al.* 2020. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breadtalk Di Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1), 26–36.
- Inayah, D., *et al.* 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Pada Pt. Alfa Scorpii Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(3).
- Karnadi, A. 2022. Industri Mamin Tumbuh 2,54% pada 2021. *Dataindonesia.id*. Diakses pad 19 januari, 2023, from <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/industri-mamin-tumbuh-254-pada-2021>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principles of Marketing*. England: Pearson
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

- Kurniawan, A., *et al.* 2022. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(2). <https://doi.org/10.36312/jisip.v6i1.3143>
- Laksono, E. B., & Magnadi, R. H. 2019. Analisis Pengaruh Promosi, Inovasi Produk, Dan Saluran Distribusi Terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(3), 60–73.
- Leksono, R. B., dan 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>.
- Lestari, M., & Wahyono, W. 2021. *The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image*. *Management Analysis Journal Management Analysis Journa*, 10(2).
- Lin, Nan-Hong dan Bih-Syah Lin. 2007. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*. *Journal of International Managements Studies*, 121-132.
- Low dan Lamb. 2000. *The Measurement and Dimensionality of Brand Associations*. *The Journal of Product and Brand Management*, 9(350).
- Lubis, A. A. 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Marketeers. 2015. Lezatnya potensi Pasar ES Krim Indonesia. www.marketeers.com. Diakses pada 19 Januari, 2023, from <https://www.marketeers.com/lezatnya-potensi-pasar-es-krim-indonesia/>
- Maulidia, A., *et al.* 2021. Pengaruh Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu di kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 803–812. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29814>.
- Muharam, W., dan Soliha, E. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/5100>
- Muslih, *et al.* 2021. *The Influence of Celebrity Endorser And Product Quality On Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables In*

- "Wardah" Cosmetics. Proceeding International Seminar on Islamic Studies Medan, 2(1).
- Nugraha, S. S. 2017. Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Go-Jek (Studi Pada Go-Jek Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*.
- Oktavia Cahayani, C., & Sutar. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(2).
- Peter, J.P. dan Olson, Jerry c. 2000. *Consumer Behavior*, Perilaku Konsumen 2nd. ed.4. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Probosini, D. A., *et al.* 2021. Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Purnama, N. I., *et al.* 2021. *The Influence of Price, Promotion and Product Quality On Samsung Smartphone Purchase Decisions in Umsu Students*. Proceeding International Seminar on Islamic Studies, 2(1).
- Roosandianto Permadi, L., & Purwanto, S. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Kopi Dan Experiential marketing Terhadap Brand Image 45 Graha Coffee Shop Sidoarjo. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i2.746>
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks
- Sianipar, G. J. M. S. J. M., & Sinaga, J. V. 2022. Pengaruh Brand Image dan Personal Branding “Felicya Angelista” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 130–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.54367/jmb.v22i1.1737>
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sriyanto, A. *et al.* 2019. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8 (1).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

- Suharno dan Sutarso. 2010. *Marketing in Praktece*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Yogyakarta Graha Ilmu.
- Sukiarti, L., H, L. B., dan Haryono, A. T. 2016. Pengaruh Citra Merek, Sikap Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Merek terhadap Ekuitas Merek, Hand & Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Di Kecamatan Pringapus, Kabupaten Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 1–26. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/519/505>
- Sulistyo Rini, A. 2019. Pasar Indonesia Menjanjikan, produsen es Krim Bermunculan. *Bisnis.com*. Diakses pada 19 Januari, 2023, from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190411/9/910680/pasar-indonesia-menjanjikan-produsen-es-krim-bermunculan>
- Swastha, Basu dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Syafulloh, D., *et al.* (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika*, 2(2).
- Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Topcu, Y. 2015) *Turkish Consumer Decisions Affecting Ice Cream Consumption*. *Italian Journal of Food Science*, 27(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14674/1120-1770/ijfs.v72>
- Zubaidah, H., & Sahral, H. 2017. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Zubarjan, R., & Idris, I. 2021. *Influence of Product, Price and Promotion on Purchase Decision of Toyota Agya Car with Brand Image as Intervening Variables in Padang City*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 179.
- https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=campina
- <https://www.idx.co.id/>
- <https://marketsizes.mintel.com/>