

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, A., & Arifin, K. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti di Arsila Bakery Tanjung*. 4(2). <https://www.jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/466>
- Dwi, Agung Wicaksono. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti Rahayu di Kabupaten Magetan*. Skripsi (S1). Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Gary, kotler philip dan amstrong. (2008). Prinsip – Prinsip Pemasaran. In *Prinsip prinsip pemasaran*.
- Ghozali Imam. 2016. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Badan Universitas Diponegoro. *E-Jurnal Akuntansi*.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. Cetakan Pertama. Surabaya: Qiara Media
- Fristin, Y., & KN, G. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Imagerhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 138.
- Fure, Ferdianto., dkk. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.CO Manado*. *Jurnal EMBA*. 3(1). 367-377. Diakses dari <https://doi.org/10.35794/emba.3.1.2015.7116>
- Heriyati, P. & Septi. (2012). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Nexian*. *Journal of Business Strategy and Execution*, 4(2), 171-205. Diakses dari <https://journal.binus.ac.id/index.php/JBSE/article/view/275>
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen*. In *Widina bhakti Persada Bandung*.
- Kotler dan Armstrong. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran*. PenerbitErlangga.

- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. In Prehallindo.*
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia*
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga*
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran, jilid 1. PT Indeks Kelompok Gramedia.*
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2. In Jakarta: Erlangga.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga Kurniawati, D., Suharyono&Kusumawati, A., 2014. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran edisi kedua belas jilid 1. Penerbit: PT. Indeks. Jakarta.*
- Lin, N. H., & Lin, B. S. (2007). *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. Journal of International Management Studies.*
- Martadewi, V. (2020). *Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang).*
- Maulida, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji Ungaran.*
- Rangkuti, F. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi. Gramedia Pustaka Utama.*
- Razak, M. (2016). *PERILAKU KONSUMEN. In Alauddin University Press.*
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Kedua. PT. Indeks Gramedia.*
- Siswanto, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan. Damar Mulia Pustaka.*
- Sugiyono. (2015). *Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.*
- Sugiyono. (2016). *Sugiyono, Metode Penelitian. Uji Validitas.*
- Susanto, & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. In Strategi Mengembangkan Identitas Merek.*
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya.*

Tjiptono, F. (2000). Manajemen Jasa. In *Andi, Yogyakarta*.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa-prinsip dan penerapan. In *Penerbit Erlangga*.

Wibowo, K., & Prabawani, B. (2021). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Jingle Iklan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Sari Roti di Semarang)*.