

DAFTAR PUSTAKA

- A.S, Munandar. (2001). Psikologi Industri dan Organisasi. Jakarta : UI.
- Abarca, R. M. 2021. Pengertian Keputusan Pembelian. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Adzania, I. A. 2015. Pengaruh Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Samsung Galaxy Young 6310. *Electronic Theses and Dissertations*, 6310.
- Ajeng Peni Hapsari 2008. “Analisis perbandingan penggunaan celebrity endorser dan typical person endorser iklan televisi dan hubungannya dengan keputusan pembelian produk”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung*
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, Rini, Isna Ardila, Rodhitur. 2021. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akmami*. Vo. 2 No. 2
- Babin, 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.
- Cooper, Donald R, dan Pamela S. Schindler, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi
- Corniawan, D. H. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen wijsoen coffee container jalan uler kambang ponogoro. 10–37. [http://eprints.umpo.ac.id/4084/3/BAB II.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/4084/3/BAB%20II.pdf)
- Daryanto. (2011). *Media Pembelajaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Engel, J. F. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara
- F, K. Ge. 1967. Pengambilan Keputusan Pembelian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 15–43.
- Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hani Handoko dan Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPEE, 2000), 10.

- Hasan, M. Iqbal. 2002. Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia : Jakarta
- Ii, B. A. B., & Pemasaran, A. P. (1997). Bab 2 -09410131009. 8–44.
- Irfan. Akbar, H. Erlangga, J. Jasmani et al. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa Universitas Pamulang. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*. Vol. 1
- Kotler & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Keller, Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2*. In Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di Dki Jakarta. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2441–2451. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3143>
- Laksana (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Laksono, Enggar Bangkit. Magnadi, Rizal Hadi. 2019. “Analisis pengaruh Promosi, Inovasi Produk, dan Saluran Distribusi terhadap Citra Merek Sepatu Olahraga Adidas di Kota Semarang.” Vol 8. No.4.
- M. Jannah. (2019). Proses Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*,53(9),1689–1699. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/914/05.2>
- Munandar, Ashar. 2001. *Psikologi Industri Dan Organisasi*. Jakarta: UI Press
- Rahmawati, S., Made, N., Endro, I. P., Program, T., & Bisnis, S. A. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Merek Consina di Surabaya (Studi Kasus Pada Consina Store Dharmahusada Surabaya).
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- R. S. Rosady, and A. Kusumawardhani. 2018 "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Sepatu Bata di Kota Semarang" *Diponegoro Journal of Management*, vol. 7, no. 2, pp. 277-287
- Savira, F., & Suharsono, Y. (2013). Y. Suharsono. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Schiffman., dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*.
- Selang, C. A. . (2016). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Oleh: Christian A.D Selang. *Jurnal EMBA*, 1(3), 71–80.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2002. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Solihin, I., & Ratmono, D. (2013). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS*. Yogyakarta: UMY Press.
- Suciningtyas, Wulan. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*. Vol. 1 No 1 Agustus 2012
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1*. Yogyakarta : Ust. Press.
- Sutisna dan Teddy Prawita. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono,Fandy. 2008 .*Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran. Edisi ketujuh*. Yogyakarta : Andi
- Vernando. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Pengaruh Citra Merk Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, 1–144.

- Widyana, S. F., & Saputra, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek Industri Jasa Kurir dan Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT. Jalur Nugraha Eka Kurir). *Competitive*, 10(1), 51–57. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive/article/view/264>
- Zeithaml, Valerie A. and Mary Jo Bitner. 2000. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*. Singapore : Irwin McGraw-Hill