

### Daftar Pustaka

- Afriza, E. F. (2019). Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *Mbia*, 18(1), 37–48.  
<https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.320>
- Alfiansyah, B. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Lampu Led Hannochs di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 96–110. Retrieved from <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/7143>
- Anggun, S. N. (2018). *Pengaruh Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Peacockoffie Semarang* (Universitas Diponegoro). Universitas Diponegoro. Retrieved from [http://eprints.undip.ac.id/69799/2/BAB\\_I\\_2.pdf](http://eprints.undip.ac.id/69799/2/BAB_I_2.pdf)
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Effendi, M., & Wijayanto, A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyaitas Pelanggan Kartu Internet Simpati Telkomsel. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1005–1014.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen: (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kamilia, I. (2018). *Pengaruh Brandi Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopu Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Nusantara Sakti di Kota Semarang)* (Universitas Diponegoro; Vol. 1). Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090353>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15.
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Prinsip-prinsip pemasaran* (3rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribasi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang*. 1–23.

- Naully, C. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang*. *X(2)*, 974–983.
- Prisgunanto, Ii. (2017). Identifikasi Pemilihan Konsumen Kartu Kredit Di Indonesia. *Journal of Strategic Communication*, *7(2)*, 29–39.
- Rumondang, A., & Sudirman, A. (2020). *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen* (A. Rikki, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Sundjoto, & Agus Sofan, H. (2012). Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Susu Cair Dalam Kemasan “Frisian Flag.” *Jurnal Media Mahardika*, *1(1)*.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, & Chandra. (2016). *Service, quality dan satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Wijayanto, A., & Nikmatulloh, A. A. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online pada Marketplace Bukalapak (Studi pada Pengguna Bukalapak di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *10(10)*, 837–848.
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, *10(1)*, 15–26. Retrieved from <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>