

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Intervening: (Studi pada konsumen minuman ringan bersoda merek coca cola di kota Semarang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Semarang.”
- Ayuningtyas. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Intervening: (Studi pada konsumen minuman ringan bersoda merek coca cola di kota Semarang). Jurnal Administrasi Bisnis. Semarang.”
- Budianto, Y. P. dan Budiatmo. A. 2019. “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Intervening: (Studi pada Konsumen Susu Frisian Flag Kemasan Siap Minum Purefarm di Kota Madiun).” *Diponegoro. Journal of Social and Politic.*”
- Firmansyah. A (2019). Pemasaran Produk dan Merek, *Planning da Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media
- Fitria. V. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek: (Studi Kasus JCo Suzuya Mall Rantauprapat).
- Ghaizani, A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP BRAND IMAGE DAN DAMPAKNYA BAGI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online Pada Konsumen Skin Care Etude House di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 110–118.
- Herlambang, M. V. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, dan Servicescape terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Rumah Makan Beringin Indah Burung Goreng Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Keller. L.K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*, 4th Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*, thirteen editions. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.”
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.”
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15th Edition. New York: Pearson Education, Inc.”
- Kotler. P. dan G. Armstrong. 2016.” “Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. Edisi 13. Jilid 1 Erlangga. Jakarta Oktavianti. 2021. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek” “Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia. 05(01).”
- Nababan. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Intervening: (Studi pada Pengguna Fladeo Ladies di Jakarta). Diponegoro Journal of Social and Politic.”
- Nisa, K. 2020. Pengaruh Label Halal, Celebrity Endorser, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Intervening. E-Jurnal Manajemen, 195.”
- Noerchoidah. (2013). Analisis Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki. Wiga.
- Notoatmodjo (2010). Metode *accidental sampling* teknik *non probability sampling*..
- Nugroho. N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Smartphone Semarang Galax A10s (The Influence of Brand Image, Quality Perception, Product Features on Purchase Decisions Through Consumer. Jurnal EKBIS.
- Permana. Made Firma. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. Jurnal Dinamika Manajemen.
- Pranoto Franco.at.el.(2022) *the effect of service quality and price on purchase decisions mediated by brand image. Journal of humanities social science,public administration and management (DOCUMENT)*. Volume 2, Number 2, April2022.
- <https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpument>
- Ghozali. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Rani Oktavianti & Anindhyta Budiarti. (2021) “Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dimediasi citra merek .jurnal inovasi bisnis dan manajemen. Volume 05.npmor 01,Desember 2021”
<https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpumen>

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integral Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarah. 2021. Dampak Electronic word of March pada Smartphone xiaomi. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*. Vol. 2. No.2 2021.
- Supriyanto, Dkk. 2021. Effect of Price and Promotion on Cr Purchase Decisions at PT. Encar Daihatsu Lubuklinggau International. *Journal of Community Service & Engagement*. Vol. 2 No. 1
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decisions mediated by customer trust (study on Japanese brand electronic products). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Supriyanto, Ronal, R. A., & Melissa, M. (2021). *Effect of Price and Promotion on Car Purchase Decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. International Journal of Community Service & Engagement*, 2(1), 42–49. <https://doi.org/10.47747/ijcse.v2i1.188>
- Suwarni, E., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2017). Pengaruh Iklan Di Televisi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Pada Minat Pembelian (Survei Pada Calon Konsumen Susu Sgm Di Kota Malang). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 24-32.
- Tjiptono, F. 2012. *Strategi Pemasaran, Andi Offset*, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi*, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Wahjoedi, S., Sapparso, S., Tecoalu, M., & Winoto Tj, H. (2021). The Effect of Service Quality, Learning Quality, and Promotion Strategy on Parents' Decisions in Choosing ABC Primary Schools. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 999–1005. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1701> [37]
- Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Citra Merek memediasi pengaruh Kewajaran Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Zalora di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 779–798. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p19> [38]
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in

Denpasar City). International Journal of Economics and Management Studies, 7(4), 199–207.

<https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i4p124>

<http://www.cekindo.com.id/:layanann/regristrasi-kosmetik-indonesia>

<http://www://topbrand-award.com>