

DARTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Cet.9 . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- AssBasu Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta.auri, S. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Armando Hengky Santoso 2018 *SKRIPSI Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Konsumen Kencur Di Pasar Legi Surakarta Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2018
- Adrian Hartono (2012). Pengaruh Display, Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Persepsi, Harga Terhadap Intensi Pembelian dan Pembelian Tak Terencana. *Jurnal Ekonomika Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana*, dan 1 (1), 1 – 22
- Asi, K. J. M., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. *eProceedings of Management*, 8(1)
- Charlie Bernando Halomoan Samosir,Arief Bowo Prayoga K 2015 *Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Volume 1, Nomor 3, November 2015
- Chandra, A,P,& Santoso, T. (2009). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap keputusan pembeli di Outlet Mini Melts Surabaya*. [Htpps://media.neliti.com/media/publications/287075-pengaruh-brand-image-kualitas-produk-dan-f1392beb.pdf](https://media.neliti.com/media/publications/287075-pengaruh-brand-image-kualitas-produk-dan-f1392beb.pdf)
- Fauji Rafsanjani Rambe. (2017) *Pengaruh Citra Merek Terhadap Hasil Pembelian Produk Smartphone Samsung* (Pelajari Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidian. Skripsi, Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Lembaga Keagamaan Islam Negeri (Iain) Padangsidimpan.
- Farisi, Siregar (2020) *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna JasaTransportasi Online di Kota Medan*. (Journal, umsu.ac.id) Vol 3, No. 1, Maret 2020, 148-159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 20. Semaran
- Hartono, Jogiyanto. (2011). *Metode penelitian bisnis*. Jogyakarta: BPFE.
- Hasan. (2004). *Teori Pengambilan Keputusan*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Medpress
- I Putu Gede Agi Agata Wirawan. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi E-Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 5, 2021 : 416-435
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - prinsip pemasaran*. PT. Indeks Engel.
- Kotler, Philip. and Armstrong, Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Dasar Dasar Pemasaran* (Edisi Baha). Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta, Erlangga.
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, Dewi. 2014. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14(2).
- Muhammad Rizky Saleh Tabalema, dkk. (2016) *Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi*. imGE Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan
- Meutia Dewi 2016 Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.5, No.1, Mei 2016
- Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2001),
- Pambudi, Rosyta Arum and , Kussudyarsana, S.E., M.Si., Ph.D. (2021) *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *The Power Of Brands*. Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager (February-March).
- Revita, M. L. D. E., & AGTOVIAFRIMAYASA, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.
- Sally, Jonatan leonardo. (2021) *Pengaruh Brand Image Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian produk T'nuners*. Theses, Universitas Ciputra Surabaya <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/4252>

- Setyawati, K. E., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).
- Sitinjak, Tony., et al. 2004. *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Suardika, I. K., & Dewi, M. S. (2021). *The Influence of Brand , Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores*. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2).
<https://doi.org/10.31219/osf.io/su5ht>
- Sunyuto, (2015), *Praktik Riset Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CAPS
- Sugiyono (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, : Alfabeta cv.
- Suliyanto, (2009) *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta): ANDI
- Stylidis, K., Burnap, A., Rossi, M., Wickman, C., Söderberg, R., & Papalambros, P. Y. (2016). *A Preliminary Study of Trends in Perceived Quality Design Attributes in the Automotive Luxury Market Segment*. *Proceedings of International Design Conference, Design, DS 84*, 2189–2196.
<https://www.designsociety.org/publication/39027/A+Preliminary+Study+Of+Trends+In+Perceived+Quality+Design+Attributes+In+The+Automotive+Luxury+Market+Segment>
- Sugiyono. (2012). *Memahami Hipotesis*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, W., 2015. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siti Maimunatussa'Diyah, 2017 *Pengaruh pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian*
<https://www.google.co.id/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAMQw7AJahcKEwiQgpn6xIH5AhUAAAAAHQAAAAAQAg&url=https%3A%2F%2Fmedia.neliti.com%2Fmedia%2Fpublications%2F74360-ID-pengaruh-pelayanan-purna-jual->

[terhadap-k.pdf&psig=AOvVaw0nOFq-C6BxZ8oLvV5ObPSZ&ust=1658201847736378](#)

- Tjokroaminoto, Kunto (2014) *Analisa Pengaruh Brand Image Dan Company Image Terhadap Loyalitas Retailer Studi Kasus Pt Asia Paramita Indah*, Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra urnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-11.
- Wijanarko, Himawan. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT. Mizan Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.