

DAFTAR PUSTAKA

- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Baum, F. (2012). *No Title*. 28.
- Daya, P., Iklan, T., Citra, D. A. N., Terhadap, P., & Lopian, S. L. H. V. J. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20026>
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 102.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giantari, I. G. A. K. (2019). *TARIKIKLAN TERHADAP BRAND ATTITUDE Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Di Indonesia , saat ini persaingan shampo semakin kompetitif sehingga membuat perusahaan shampo berlomba-lomba untuk bersaing memperebutkan pasar*. 8(2), 8016–8046.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 4.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo)*. 02(01), 13–17.

- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Reven, D., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2017). ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, HARGA KOMPETITIF, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>
- Ridwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel - Variabel Penelitian*. ALFABETA.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. SALEMBA EMPAT.
- Setiawan, A., & Wiwaha, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Negara(Persero), Tbk. Kantor Cabang Kelapa Gading Square*. 2(November).
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis*. IN MEDIA.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala*, 3(1), 1–10.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development* (S. Y. Suryandari (ed.)). ALFABETA.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Graha Ilmu.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Utama, L. H. (2020). Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah. *Jurnal Ilmu*