

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN*. PT RajaGrafindo Persada.
- Bramantya Yan Bayu dan Jatra Made. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Ilmiah WIDYA Ekonomika*, 1.
- Desy Irana Dewi Lubis Rahmat Hidayat Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan Jurnal Ilman, Vol. 5, No. 1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488 <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman> 15
- Elok Fitriya ANALISIS PENGARUH ISLAMIC BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia) ISSN (Print) : 2528-6501 Vol. 2, No. 1, April 2017 ISSN (Online) : 2620-5432
- Ghina Kamilah dan Aniek Wahyuati PENGARUH LABELISASI HALAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Febuari 2017 e-ISSN : 2461-0593
- Miki Ambarwati Sunarti Mukhammad Kholid Mawardi PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 No. 1 Agustus 2015| [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- M. Imamuddin, Syahrul & Raymond Dantes PENGARUH LABEL HALAL DIMODERASI RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KEMASAN OLEH MAHASISWA PTKIN SE-SUMATERA BARAT Kabilah: Journal of Social Community Print-ISSN: 2502-9649 Online-ISSN: 2503-3603 Terakreditasi Nasional SK No.14/E/KPT/2019 Vol. 5 No.1 Juni 2020
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler dan K.L. Keller. 2009. *Marketing Management. Thirteen Edition. Pearson Education, Inc.* Terjemahan B.Sabran. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1.Erlangga. Jakarta.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media
- Schiffman, L.G., dan L.L. Kanuk. 2008. *Consumer Behaviour. Eight Edition. Prentice Hall. New Jersey*
- Suri Amilia dan M. Oloan Asmara Nst Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di

Kota Langsa JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.6, NO.1,  
MEI 2017 ISSN 2252-844X

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. CV. ANDI  
OFFSET.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi  
Offset.

Xian gou li. 2011. *Corporate Product and User Image Dimensions and Purchase  
Intention*. *Journal Of Computersi*

