

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Ainur, S. R. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Hi-Lo di Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Amilia, S., & Asmara, N. O. (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.
- Andrianto, N. H. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ardiansyah, M., & Rokhmi, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(6).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi offset.
- Dessler, G. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (9 ed.). Prentice Hall.
- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektifitas Iklan Televisi “Softener Soft dan Fresh” di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1), 35–55.
- Effendy, O. U. (2002). *Hubungan masyarakat: suatu studi komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B. (2016). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS)*, 2.
- Halawa, D. A., Komang, L., & Dewi, C. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Siap Minum Merek Ultra Milk di Kabupaten Badung (Studi Pada Konsumen Ultra Milk di Kabupaten Badung – Bali)*. 1(1), 1–6.

- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (1 ed.). Bandung: BPFY Yogyakarta.
- Keller, L. K. (2003). *How To Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Keller, L. K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Fourth Edition Harlow*. USA: Pearson Education.
- Kerlinger. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral* (3 ed.). Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2* (12-ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing Management Edisi 15* (edisi 15-G). Jakarta: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Munandar, H., & Priatna, D. (2007). *Prinsip-Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nielsen. (2014). NIELSEN: Konsumsi Media Lebih Tinggi Diluar Jawa. Diperoleh pada 10 Januari 2021, dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa/>
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT Skripta Media Creative.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Yogyakarta: A.M. Media.

Prayitno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi offset.

Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.

Sadat, M. A. (2009). *Brand Belief: strategi membangun merek berbasis keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.

Safitri, J. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Nescafe di Kecamatan Minas Kabupaten Siak*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Shimp, A. T. (2000). *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *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 decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>

Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen – Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Sunarto. (2009). *Perilaku Organisasi* (2 ed.). Yogyakarta: AMUS.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Suriasumantri, J. S. (2010). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Suryo, A. A., Suddin, A., & Widajanti, E. (2019). Pengaruh Harga, Iklan, Citra Merk, dan Pelayanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling di Wilayah Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 13(2), 395–404.
- Tantiana, W. (2020). *Pengaruh Efektivitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tix Id (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)*. Universitas Negeri Jakarta.
- Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 1113–1124.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3* (3 ed.). Yogyakarta: Andi offset.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1792–1802. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5972>
- Wibowo, M. B. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Efektivitas Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Sandal (Studi pada Sandal Homyped Versi Iklan Raffi Ahmad dan Soimah di Fakultas Ekonomi*

Universitas Negeri Yogyakarta) (Vol. 4). Universitas Negeri Yogyakarta.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Yet, S., & Ginting, P. (2013). Analisis Efektivitas Iklan Tv Sirup Markisa dengan Pendekatan Epic Model PT. Majujaya Pohon Pinang pada Konsumen Swalayan Macam Yaohan Merak Medan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 9(1), 16–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v9i1.195>

Yuandari, E., & Rahman, T. aditya. (2015). *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Bogor: IN MEDIA.

