

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A, 2010, Manajemen Ekuitas Merek, alih Bahasa; Aris Ananda. *Edisi Revisi, Mitra Utama, Jakarta.*
- Akdon, R. (2010). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika, Cetakan Kedua.
- Anis, T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Serta Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nestle Di Surya Juanda Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Ardiansyah, M., & Rokhmi, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Cleo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(6).
- Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. [litbang.kemkes.go.id](http://litbang.kemkes.go.id)
- Dharmawan, I. K., MATH, M., Dharmawan, K., Harini, L. P. I., & Harini, L. P. I. (2014). Penentuan Harga Kontrak Opsi Tipe Eropa Menggunakan Metode Quasi Monte Carlo dengan Barisan Kuasi-Acak Halton. *E-Jurnal Matematika*, 3(4).
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas produk dan Citra merek terhadap keputusan pembelian es krim wall's magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(2).
- Goenadhi, L. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 12(2).
- Ghozali, I. (2012). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3: untuk Penelitian Empiris. *Semarang: Universitas Diponegoro.*

- Handoko, T., & Dharmmesta, B. S. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada.*
- Hermawan, A. (2012). *Marketing Communication. Jakarta: Erland.*
- Chang, H. H., Che-Hao, H., & Chung, S. H. (2018). The antecedents and consequences of brand equity in service markets. *Asia Pacific Management Review, 13(3).*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing (16th Global Edition).*
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi pemasaran modern. Yogyakarta: Cakra Ilmu.*
- Mullins, J. W., Walker, O. C., Boyd, H. W., & Larréché, J. C. (2013). *Marketing management: A strategic decision-making approach.* New York: McGraw-Hill.
- Munawaroh, R. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Di Banjarbaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Manajemen dan akuntansi, 12(2).*
- Nurhayati, R. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Undergraduated Thesis. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.*
- Oktaviani, R. (2016). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek. *Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Olson, J. C., & Paul, P. J. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.*
- Philip, K., Hermawan, K., Iwan, S., & Marc, V. (2012). *Marketing 3.0. Produits, clients, facteur humain. Editions De boeck.*

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Rahayu, D. D. (2014). Pengaruh word of mouth dan brand community komunitas sepak bola di Pekanbaru terhadap brand image. *Jurnal Ekonomi*, 22(01), 75-90.
- Ramya, N., & Ali, S. M. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International journal of applied research*, 2(10), 76-80.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sabran, (2012). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Sanyoto, L. H. (2018). *Pengaruh Psycho-Socio terhadap loyalty melalui perceived quality of private label pada Hypermart Surabaya* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University Surabaya).
- Schiffman, L. K., & Leslie, L. K. (2015). *Consumer behaviour*. New Jersey: Pearson.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion/por Terence A Shimp* (No. 658.8 S45.).
- Simamora, B. (2020). Modeling Goal-Directed Choice Quality: A University Context. *International Review of Management and Marketing*, 10(5), 35-45.
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).

Swastha, B. D. & Handoko, T hani (2016: 10). *Manajemen Pemasaran, Analiiss Konsumen. Edisi Pertama di cetak BPFE-Yogyakarta cetakan ketujuh agustus.*

Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran.* Andi.

Huda, Nurul. "Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar." *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 2.1 (2020): 37-43.