

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amstrong, and P. K. and. (2015). *Principle of Marketing. 15th edition*. Prentice-Hall Published.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5222–5239.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, E. M. (2021). *J . N . Kausuhe ., F . G . Worang ., E . M . Gunawan .. The Influence Of Brand Image And Country Of Origin On Purchase Decision Of Oppo Smartphone In Manado Pengaruh Citra Merek Dan Negara Asal Terhadap Keputusan Pembelian Jurnal EMBA Vol . 9 No . 1 Janua. 9(1), 207–215*.
- Handayani, F., & Bawono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breadtalk Di Jakarta*. 26–36.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hufron, M. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang)*. 1–11.
- Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen.Indonesia*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi ke-11*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016b). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*

- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Salemba Empat (ed.)).
- Made, N., & Rani, D. (2020). *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald'S*. 5(1), 69–79.
- Mas'adi, M. (2020). The Effect of Promotion on Purchasing Decisions at PT. Auto 2000 Bintaro. *Jurnal Office*, 6(1), 9. <https://doi.org/10.26858/jo.v6i1.14724>
- Muslih, Nasution, M. I., & Mentari, K. (2021). The Influence of Celebrity Endoser and Product Quality on Purchase Decision Through Brand Image as Intervening Variabel in Wardah Cosmetic. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 2 (1)(January), 21.
- Pangestu Budianto, Y., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Od Social and Politic*, 1–10.
- Parasayu, D. A., Produk, K., & Pembelian, K. (2017). *Keputusan Pembelian Indomie Goreng Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang)*.
- Qomariah, N. (2020). Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Running Korean Street Food di Mall Plaza Mulia Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 35–45.
- S, C., Tri, A., & Fathoni, A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision with Consumer Satisfaction as Intervening Variable. *Journal of Management*, 2(4).
- Setyawati, H. A., & Kartinah, S. (2017). *Penerapan Green Marketing melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian*. 10(2), 16–26.
- Soesanto, H. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. 8, 58–69.
- Sudirman. (2019). *The Effect Of Branding, Product Quality, And Reference Group On Purchasing Decisions Through Promotion As Intervention Variables*. 4(September), 170–184.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS (Canter for Academic Publishing Service).

- Supriyadi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. 74–85.
- Suryanata, I. G. N. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *Jupe*, 08(1), 86–94.
- Swastha, Bashu dan Handoko, H. (2016). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Syamsul, H., Modding, B., & Dewi, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi , Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By . Uwibama di Kota Makassar*. 4(2).
- Taklim, R. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 125 Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang)*. 1(1).
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Veronica, D., & Wardana, I. M. (2020). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Promotion on Purchasing Decision. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(2), 192–200.
- Zeithmal, V. (2016). *Service Marketing(Edisi 5)*. Hill International Edition.