

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep Dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT Pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 736–748. <https://doi.org/10.33059/jseb.v8i2.431>
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2018). Pengaruh Kuantitas Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek Pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 128–137. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i2.761>
- Al Rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis Of Brand Image, Brand Awareness And Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products) 1*. 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Anshari, D. H. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (pajus) medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Arikunto. (2014). *Evaluasi Program Pendidikan Pedoman Teoritis Praktis Bagi Mahasiswa Dan Praktisi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>

- Ayuningtyas, R. (2016). Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Universitas Diponegoro*, 5(2010), 1–12.
- Batjo, N. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Aksara Timur.
- Bawono, Adhi., Isanawikrama., Arif, Kusumah., &Kurniawan., Yohanes Jhony. PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SITUS BELANJA ONLINE (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* Vol.2, No.2. 131-144. 2018 p- ISSN: 2581-2718 e-ISSN: 2620-3480, <http://journal.ubm.ac.id/>
- Budianto, Y. P., & Budiarmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1–10.
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237.
- Chen, Y., Chen, T., & Lin, C. (2016). *The Analyses Of Purchasing Decisions And Brand Loyalty For Smartphone Consumers*. July, 108–116.
- Cholifah, N., Suharyono, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND IMAGE (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 36(1), 170–177.
- García Reyes, L. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). *The Influence Of Price On Customer ' S*

Purchase Decision. 27–32.

- Istikhomah, D., & Susanta, H. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24831/22181>
- Kotler, Philip And Armstrong, 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. (2016). *No Titlemarketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, Philip And Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing | Pearson. In *Pearson*.
- Lovelock, C. Et. Al. (2017). *Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 2*. Erlangga.
- Lubis, D. I. D. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. 5(1), 15–24.
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18598>
- Mazuanda, D. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Moeheriono. (2017). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. PT Rajagrafindo Persada.

- Mulyadi, R. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In Media.
- Nochai, R., & Nochai, T. (2018). *The Influence Of Sale Promotion Factors On Purchase Decisions*. 11(1), 130–134.
- Parapat, D. (2018). Pengaruh, Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Museum Sultan Mahmud Badarudin II Palembang. *E-Journal STIE MDP Palembang*, X, 1–11. <https://core.ac.uk/download/pdf/153523872.pdf>
- 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. <http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/view/3153>
- Rahim, R. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 5(1), 1–15.
- Razak, A. (2018). *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. August. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Safitri, I. (2018). *The Influence Of Product Price On Consumers ' Purchasing Decisions*. 7(2), 328–337.
- Saputra, E., & Ambiyar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya Pada Kepuasan Wisatawan Di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 183. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p10>
- Setyawati, H. A., & Kartinah, S. (2017). *Penerapan Green Marketing melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian*. 10(2), 16–26.
- Shamout, M. D. (2016). *The Impact Of Promotional Tools On Consumer Buying Behavior In Retail Market*. 7(1), 75–85.
- Suryanata, I. G. N. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *Jupe*, 08(1), 86–94.

Susanto, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Sari Ater Hotel & Resort, Subang. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i2.34>

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.

Yasmin, A. (2017). *Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision*. 7(10), 627–644.