

## DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- 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>
- 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.
- 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.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., & Bawono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breadtalk Di Jakarta*. 26–36.
- 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>
- Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen.Indonesia*. Pt Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip And Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing. 15th Edition*. Prentice-Hall Published.
- 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. (2015). *Marketing Management (15th Edition Ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip And Keller, K. L. (2016). *No Titlemarketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Salemba Empat (Ed.))*.
- Mudiantono. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. 5, 1–12.
- 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](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.
- Riduwan. (2017). *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- 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>
- Saridewi, M. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador (Visibility, Creadibility), Dan Celebrity Endorsement Terhadap Brand Image Produk Batam Ogura Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. 1–15.
- Setyawati, H. A., & Kartinah, S. (2017). *Penerapan Green Marketing melalui Desain Produk Dan Promosi Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian*. 10(2), 16–26.
- 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).

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>

Swastha, Bashu Dan Handoko, H. (2016). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.

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

Umar, H. (2017). *Deasain Penelitian MCDM Dan Prilaku Karyawan*. PT Rajagrafindo Persada.

Wibisono, A. B. (2016). *Panduan Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. PT Rajagrafindo Persada.