

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhir, L. (2013). *Politeknik Negeri Malang Juni 2013*. 182–185.
- Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Dan Islamic Corporate Image Sebagai Variabel*. (n.d.).
- Anggraini, A. R., & Oliver, J. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ari Purnomo, Asmaul Husna, P. A. R. (2018). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Kebijakan Hutang yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2013-2016*.
- Chairunnisa. (2010). *Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa Man 13 Jakarta*. 2(3), 178–192.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CETAKAN CONTINUOUS FORM MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67.  
<https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- e-jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma Website* : (2017). 51–69.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.  
<https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Fransiska, P. A., & Seminari, N. K. (2018). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli Honda Pcx 150. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(7), 3797.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i07.p13>

- Grace, S., Bangun, M., Mart, G., & Jaya, B. (2019). *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 1(2), 12–17.
- Hanifatusa'idah, Y., Diana, N., & Mawardi, C. M. (2019). Analisis Uji Beda Sebelum, Dan Sesudah Pelaksanaan Asian Games Jakarta-Palembang 2018 Terhadap Volume Perdagangan Saham Dan Return Saham Yang Terdaftar Pada Jakarta Islam Index (Jii). *E-Jra*, 08(01), 1–13.
- Iriani, S. R. I. S. (2014). *Bayu Hendrawan S dan Sri Setyo Iriani; Pengaruh Inovasi Produk .... 2*.
- Istiyanto, B., Nugroho, L., Istiyanto, B., Nugroho, L., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. 12(1), 1–8.
- Journal, D., & Social, O. F. (2018). *PEMBELIAN DI PASAR BUNGA KALISARI SEMARANG Kristiga Wituhu , Apriatni Endang Prihatini Email: kristigawi@gmail.com Pendahuluan*.
- Jurnal Bisnis Net Volume : II NO . 3 Januari – Juni 2019 | ISSN : 2621-3982*  
**PENGARUH KELOMPOK REFERENSI sDAN GAYA HIDUP TERHADAP BANDA ACEH** Saluddin Al Cassany Dosen Tetap STIE Sabang Banda Aceh  
*Abstract Keywords : Lifestyle , Consumer Decisions , Referenc.* (2019). 11–23.
- Karamang, E. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN PRICING POLICY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND TRUST*. 7(1), 23–28.
- Kasus, S., Ud, D., & Sulasmi, B. (n.d.). *PENDAHULUAN Desa Rejowinangun Kecamatan Kademangan dikenal dengan nama desa UKM , tentunya menyimpan banyak peluang bisnis di dalamnya . Berbagai contoh dan macam peluang usaha di Desa Rejowinangun dapat berjalan dengan baik . Hal yang paling mendasar yan. 2, 34–43*.
- Kaufmann, B. Y. K. (2005). *March*, 25–27.
- Keputusan, T., Konsumen, P., Loyalitas, D. A. N., Apple, M., & Kota, D. I. (2019). *Peran kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen dan loyalitas merek pada pengguna smartphone merek apple di kota pekanbaru*. XI(2), 258–271.
- Kharisma, M., Prasilowati, S. L., & Ayuningtyas, E. A. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(2), 135. <https://doi.org/10.33370/jpw.v21i2.342>

- Konsumen, K., & Autoworks, B. (n.d.). *Pendapatan Best Autoworks*.
- Lestari, A. W., Pratiwi, Y., & Mudiono, A. (2017). Peningkatan Kreativitas Menulis Narasi Melalui Penerapan Kooperatif Model Rally Coach Berbantuan Media Gambar Untuk Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Teori, Penelitian Dan Pengembangan*, 2(9), 1220–1225.
- Manado, D. I. K., & Tangkere, E. G. (2016). *No Title*. 12, 105–120.
- Masruroh, & Nugroho, I. D. M. (2016). Analisis Kinerja Keuangan Pada PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 2(3), 125–133.
- Merek, C., Dan, H., Pengaruhnya, P., Keputusan, T., & Mandey, S. L. (2014). 3 1,2,3. 2(2), 1222–1232.
- Nanda Permatasari Tumelap Genda, W. S. (2019). Analisis Pengaruh Harga Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Omg Event Asia Kota Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 494.
- Nizar, N., Silalahi, M., Sofiyani, S., & Sinaga, O. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT FAST FOOD INDONESIA, Tbk KFC BOX RAMAYANA PEMATANGSIANTAR. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 43–52.
- <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.153>
- Pelanggan, P. O., Dan, O. P., Produk, I., & Kinerja, T. (2012). Pengaruh Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Management Analysis Journal*, 1(2).
- <https://doi.org/10.15294/maj.v1i2.1400>
- Prince, M., Comas-herrera, A., Knapp, M., Guerchet, M., & Karagiannidou, M. (2016). *healthcare for people living with dementia : World Alzheimer Report 2016 coverage , Quality and costs now and in the future Improving healthcare for people living with dementia*.
- Produk, K., Harga, D. A. N., Kasus, S., Fakultas, M., & Jurusan, B. (2012). *PRODUK ORIFLAME*.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (2013). *No Title*. 17–52.
- Rahmadani, R., & Ananda, F. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Tokopedia*.
- <https://doi.org/10.31227/osf.io/as9wc>

- Ramadhani, Z. S., & Widodo, T. (2019). ( *Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Di Bandung* ) *the Effect of Brand Communication , Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty of Lenovo Smartphone ( the Case of Telkom University Student in Bandung )*. 6(3), 5619–5626.
- Rangga, A., & Nalendra, A. (2018). *TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ( STUDI KASUS PELANGGAN IM3 MADIUN )*. 3(2), 281–288.
- Reven, D., & Augusty Tae Ferdinand. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 1–13.
- Romdonah, R., Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2015). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). *Journal of Management*, 1(1), 1–7.
- Sembungan, M. D. (2019). *Edunomika – Vol. 03, No. 02 (Agustus 2019)*. 03(02), 501–510.
- Singh, Smita, Patricia Doyle Corner, K. P. (2015). No Title, 66, 37–39.
- Soegoto, A. S., Mandey, S., & Monintja, R. Y. (2015). Analisis Merek, Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Gelael Swalayan Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4), 278–289.
- Studi, P., Industri, T., Sains, F., Sunan, U. I. N., Yogyakarta, K., Triana, N. N., & Fachrury, M. R. (2019). *1 st Conference on Industrial Engineering and Halal Industries ( CIEHIS ) PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM VIRAL MARKETING KARAWANG 1 st Conference on Industrial Engineering and Halal Industries ( CIEHIS )*. 108–117.
- Sukardi. (2013). Bab Iii Metode Penelitian a. *METODE PENELITIAN ILMIAH*, 84, 487–492. <http://ir.obihiro.ac.jp/dspace/handle/10322/3933>
- Suyanti. (2018). bab II kajian pustaka kacamata. *Repo.Iain-Tulungagung*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9115/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9115/5/BAB%20II.pdf)
- Tawas, H., & Djodjobo, C. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1224. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5800>
- Toha, J., Program, A., Pemasaran, M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). *Image Terhadap Brand Trust Semen Tiga Roda Di Jawa Timur*. 294, 1–8.

Utama, D. C., & Raharjo, A. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen ( JMM Online )*.  
3(7), 767–779.

Vogt, W. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*,  
5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>