

DAFTAR PUSTAKA

- (2017:72), W. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- 2016, Y. (2016). Pengaruh Persepsi Nilai, Brand Awareness & Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pensiunan yang Dimediasi Oleh Citra Merek di Bank Bukopin Cabang Semarang. *Universitas Diponegoro*.
- 2017, S. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Persepsi Label Halal dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei pada Pelanggan Produk Zoya Muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127–134.
- Bulan, T., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Sosis di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 431–439.
- DewiMinarsih, Maria M, W. S., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2), 1–19. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/505/491>
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Handayati, R. (2016). Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Karyawan di Bank Jatim Cabang Lamongan (Suatu Studi Pada Bank Jatim Cabang Lamongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 127–140.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Kasus, S., Wilayah, P., Mogot, D., & Barat, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Pembelian Produk*.
- Khairuzzaman, M. Q. (2016). No Title 血清及尿液特定蛋白检测在糖尿病肾病早期诊断中的意义. 4(1), 64–75.
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismoofficialshop Terhadap Brand Image

- Meccanism. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
<https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.302>
- Kurnia, D. (2017). Опыт аудита обеспечения качества и безопасности медицинской деятельности в медицинской организации по разделу «Эпидемиологическая безопасность» No Title. In *Вестник Росздравнадзора* (Vol. 4).
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image Dan Brand Trust. (Studi Pada Brand Restoran Mcdonald's Di Kota Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 228–239.
- Noor, J. (2017). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. *Rake Sarasin*, 1–36.
- Ofela, H. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Pradesta, R., Haryono, A. T., & Mukeri, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dengan Word of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 3(3), 10.
- Prawesti, F. L. (2016). *Faktor-faktor yang Membentuk Brand Image iPhone menurut Presepsi Konsumen*. 1–91.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (n.d.). *No Title 老师板书*. 96.
- Ridho, M., & Suharyono. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(1), 125–131.
- Saputro, A., Sugiharto, D. S., Studi, P., Pemasaran, M., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (n.d.). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR DALAM MEMBENTUK BRAND IDENTITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENSI TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK MARKOBAR*. 1–8.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(3), 398–408.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1, 755–764.
- Siswanto, A., Haryono, A. T., & Fathoni, A. (2018). *PENGARUH INOVASI PRRODUK, EKSPEKTASI INOVASI DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DAIHATSU SIGRA DI SEMARANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* Azis. 4.
- SitiRosalina, S. S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1), 41–53.

- Smith, T. A. (2016). No
 Title 血清及尿液特定蛋白检测在糖尿病肾病早期诊断中的意义. August.
- Sri et al, W. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 114–127.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594.
- Tambunan, E., Siregar, M., & Priyadi, D. (2018). Keputusan Pembelian Batik Azzahra Medan. 3(1), 208–216.
- Terhadap, P., Pembelian, K., Pusat, D. I., & Wulandari, R. (n.d.). *PERBELANJAAN*. x.
- Venessa, IkeArifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44–48.
- Vol, S. (2016). 郑广宁 1 李继遥 2 1. 34(l), 1–6.
- Yanti, mery oky zufi, & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
- Zakaria, D. G. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 6(4), 1–18.