

DAFTAR PUSTAKA

- Adisti, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan, Kualitas Produk, Kesadaran Merek terhadap Minat Beli serta Citra Merek dan Sikap terhadap Merek sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management, O-ISSN: 2337-3792*, 6(4), 1–13.
- Ali, M., & asrori, muhammad. (2014). *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan*. (suryani, Ed.). jakarta: PT Bumi Aksara.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok), 7(September).
- Bachmid, A. F. (2016). Analisis Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel 4g Lte di Manado di Universitas Sam Ratulangi) Analysis of Quality Products , Promotions , and Prices Buying Decision Against Telkomsel Card 4g Lte in Manado (Case, 4(4), 1209–1219.
- Bawono, A., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ), 2(2), 131–144.
- Fillah, A., & Fitria, S. E. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Indihome. *E-Proceeding of Management - ISSN 2355 9357*, 5(3), 3245–3252.

- Gerung, C. jacklin, Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
- Hestyani, A. D., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen yang Menggunakan Masker Wajah Mustika Ratu di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(2), 1–11. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/viewFile/17475/16728>
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Istiyanto, N. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word of Mouth , Daya

- Tarik Iklan , Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri, 3(3), 451–462.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. (J. Purba, Ed.) (12th ed.). jakarta.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation, 2(3), 59–72.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S. B., & Ogi, I. W. J. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran, teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. (alfabeta, Ed.) (2nd ed.). bandung. Retrieved from www.cvalfabeta.com
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan terhadap Citra Merek serta Preferensi Merek di Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA), 6, 1–15.
- Maulana, R. I. (2018). Pengaruh Awareness, Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Kota Tangsel, 1(3), 2598–2823.
- muktaf, zein mufarrih. (2015). *Periklanan : Sebuah Pendekatan Praktis*. (gilang

- z, Ed.). yogyakarta: buku litera.
- Musak, billy (2018). (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Xl Axiata Paket Data di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, 6(4), 2948–2957.
- Mustolih, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Kartu Prabayar Telkomsel terhadap Keputus Pembelian (Pada Petugas Survei Mitra Badan Pusat Statistik Kabupaten Merangin), 4(1), 63–71.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.*
- Pangemanan, C. G., Mananeke, L., & Rondonuwu, C. N. (2018). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Sienta di Manado, 6(4), 3438–3447.
- Peter, j. paul, & olson, jerrri c. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran.* (M. Masykur, Ed.) (9th ed.). jakarta: penerbit salemba empat. Retrieved from www.penerbitsalemba.com
- Sabrina, R. (2016). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal*, 3(1), 2016.
- Santosa, paulus insap. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif.* (Giovany, Ed.) (1st ed.). yogyakarta: andi.
- Setyowirasti, A., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui Efektivitas Iklan, Brand Equity

- (Studi pada Sabun LUX di Area Semarang). *Journal of Australian Studies*, 8(15), 25–38. <https://doi.org/10.1080/14443058409386892>
- shimp, terence a. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. (muhammad masykur, Ed.) (8th ed.). jakarta: salemba empat. Retrieved from www.penerbitsalemba.com
- Sitompul, irvan. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone pada Asia Ponsel Pekanbaru, 7(2), 152–164.
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt . Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado Effect Of Ambassador Brand And Brand Image on Product Purchase Decisions Pt . Telesindo Shop As Telkomsel ' S M, 7(4).
- sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. bandung: alfabeta. Retrieved from www.cvalfabeta.com
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (alfabeta, Ed.). bandung. Retrieved from www.cvalfabeta.com
- Sumarauw, J. S., Soegoto, A. S., & Tampi, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 990–999.
- Tampinongkol, V. M., Mandagie, Y., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis pengaruh word of mouth , kualitas produk dan brand image terhadap

keputusan pembelian sepatu converse di manado town, 6(4), 2008–2017.

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran, Esensi & Aplikasi* (1st ed.). yogyakarta: andi.

Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi terhadap citra merek dan minat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian kartu perdana xl axiata di semarang. *Diponegoro Journal Ofmanagement*, 6(2), 1–11.