

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. E. Mamang and Sophia, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- [2] A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek : Planning & Strategy*, Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [3] N. Arianty, D. Andriany and H. Jasin, *Manajemen Pemasaran*, Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [4] A. D. Putriani, D. Lie, M. Butarbutar and S. I. Thressa, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT FASTFOOD Indonesia Tbk (KFC) Cabang Pematang Siantar," *SULTANIST*, vol. 3 No.2, pp. 1-8, 2015.
- [5] D. Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Jakarta: Buku Seru, 2015.
- [6] Budianto and Apri, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Ombak, 2015.
- [7] M. Dharmawati, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016.
- [8] D. J. Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2017.
- [9] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2018.
- [10] D. A. Aeker, "Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek," *Spektrum Mitra Utama*, Jakarta, 2011.
- [11] V. Gaspersz, "Ekonomi Manajerial," Vinchristo, Bogor, 2011.
- [12] F. Tjiptono, "Strategi Pemasaran," ANDI, Jakarta, 2008.
- [13] D. Sunyoto, "Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek," *Buku Seru*, Jakarta, 2011.
- [14] B. Alma, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa," Alfabeta, Bandung, 2016.
- [15] R. Suparyanto and Rosad, "Manajemen Pemasaran," *In Media*, Jakarta, 2015.
- [16] P. Kotler and K. L. Keller, "Manajemen Pemasaran I, Edisi 13, Jilid 1," Erlangga, Jakarta, 2012.

- [17] F. Fure, J. Lopian and R. Taroreh, "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JCO Manado," *EMBA*, vol. 3, pp. 367-377, 2015.
- [18] I. Kurniawan, Z. Wahab and W. Nailis, "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut di Kota Palembang," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, vol. 1, pp. 27-40, 2016.
- [19] S. Ellisshanty and Harti, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di UKM Bakso Kemasan M dan M di Mojokerto," *JTPN*, vol. 1, pp. 1-6, 2017.
- [20] J. D. Pandensolang and H. N. Tawas, "Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado," *EMBA*, vol. 3, pp. 1113-1124, 2015.
- [21] A. Yuliantiningsih and S. T. Rahardjo, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Erlina)," *Journal Of Management*, vol. 5, pp. 1-11, 2016.
- [22] Y. Suryaningtyas, "Analisa Pengaruh Promosi dan Kualitas Jasa terhadap Keputusan Pembelian di Yanna Anmaris Make Up Artist Surabaya," *Jurnal Manajemen Kinerja*, vol. 1, pp. 1-11, 2015.
- [23] H. N. Warasto, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Jakarta Timur)," *SEMARAK*, vol. 1, pp. 1-12, 2018.
- [24] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: AlfaBeta, 2017.
- [26] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro, 2013.