

## Daftar Pustaka

- [1] Peter and Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta, 2013.
- [2] C. R. Hendro and W. Hidayat, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang,” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 7, no. 4, pp. 177–184, 2018.
- [3] A. Sudrajat, Nuraini, and muhammad J. Hamidi, “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz,” *J. Manaj. bisnis Krismadwipayana*, vol. 8 No. 1, pp. 1–13.
- [4] N. Sumpu, A. L. Tumbel, J. Manajemen, U. Sam, and R. Manado, “Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016 ),” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 6, no. 4, pp. 2528–2537, 2018.
- [5] S. Farisi, “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara,” *Natl. Conf. Manag. Bus.*, pp. 689–705.
- [6] B. Harsanto, *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. UNPAD PRESS, 2017.
- [7] D. Reven and A. Tae Ferdinand, “Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 6 No.3, no. 2337–3792, 2017.
- [8] T. Soedjono and K. Wininatin, “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna-jual terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Account. Manag. J.*, vol. 3 No.1.
- [9] Sangadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, 2013.
- [10] M. Werung, D. L. Tampi, J. V Mangindaan, P. Studi, A. Bisnis, and J. I. Administrasi, “Citra Merek Smartphone Samsung terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado,” vol. 1, no. 5, pp. 404–410, 2020.
- [11] D. Arumsari, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua,” *Fak. Ekon. dan Bisnis*, 2013.
- [12] P. Kotler and kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, 2009.
- [13] P. Kotler and A. Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- [14] A. Hasan, “Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan,” Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing, 2014.
- [15] R. Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [16] Dindin and Anang, *Peemasaran Jasa ( Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. 2019.
- [17] P. Kotler and A. Gary, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Erlangga, 2016.
- [18] F. Tjiptono and A. Diana, *Pemasaran*. Yogyakarta, 2020.
- [19] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- [20] A. A. Thompson, *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill, 2016.
- [21] A. Suri, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa,” *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 6 No.1, pp. 660–670, 2017.
- [22] M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [23] M. A. Anwar, *Prinsip-prinsip Metodologi Research*. Yogyakarta: Sumbangsih, 2014.
- [24] M. S. Syula, *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan Publishing, 2004.
- [25] T. Made, N. L. Wayan, and N. nyoman Y., “Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Manaj.*, no. 5 No.1, 2019.
- [26] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- [27] A. H. Supangkat, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako,” *J. ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 6 No.9, pp. 1–19, 2017.
- [28] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [29] Supangkat and A. Hangga, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako,” *J. ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 6 No.9, pp. 1–9, 2017.
- [30] O. Yustiawan, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario,” *J. ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 5 No.2, pp. 1–20, 2016.
- [31] G. P. Putra, Z. Arifin, and Sunarti, “Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 48 No.1, 2017.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL