

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : CV Alfabeta.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Hesti, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1–4.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Apriliani, P., Tikawati, T., & Fadhilah, N. (2021). The Influence of Brand Image, Halal Label, and Product Quality on Kentucky Fried Chicken (KFC) Purchase Decisions. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 202–218. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.21>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi 2010*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Chandra, A. prijaya, & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1), 1–5. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung : Satu Nusa.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2)*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Erdipriwiranti, P. G., Pangemanan, P. A., & Rumagit, G. A. J. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dunkin’ Donuts Manado Town Square. *Agri-Sosioekonomi*, 15(2), 321. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.15.2.2019.24490>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Garvin, D. A. (2016). *alih bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS), Edisi 4*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar-dasar Pemasaran) – Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran. Cetakan Pertama*. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Hidayah, E. N., & Rahmawan, G. (2021). The Influence of Product Quality , Price , Product Innovation and Brand Image on Purchasing Decisions of Instant Noodles in Indonesia. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 3(1).
- Ikhtiasari, S. D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–16.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 1–10. <http://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/30>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity, 4th edition*. USA : Pearson Education.
- Kotler, P., & Kevin, L., K. (2013). *Dialih Bahasakan oleh Bob Sabran. Strategi Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity), Fourth Edition*. New Jersey : Praticse Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta : Erlangga.

- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & G. A. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey : Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. dan G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16–23. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Prasastiningtyas, T. R., & Djawoto. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>
- Rangkuti, F. (2011). *Riset Pemasaran, Cetakan ke Sepuluh*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI*. 8(2), 92–121.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(3), 334–345.
- Sangadji Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Indeks.
- Schiffman, L. G. dan K. (2012). *Consumer Behaviour*. USA : New Jersey Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Syaparilwadi, P., & Wardhana, A. (2015). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN KONVEKSI FAZRY*. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3629–3638.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Bandung, Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Top Brand Index Toko Donat Tahun 2016-2020. <https://www.topbrand-award.com>. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021.
- Warasto, H. N. (2018). *ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN*

PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *JURNAL SeMaRaK*, 1(1), 1–12.
<https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>

