

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Anjani, H. P. (n.d.). *Perlengkapan Outdoor Paling Favorit di Indonesia, Suka yang Mana?*
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Ed. Rev. V). Rineka Cipta.
- B, A. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. *Skripsi*, 5(1), 1–8.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu (Alih Bahasa)*. Erlangga.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Fauziah, F. A. (2021). *Pengaruh Brand Image , Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Barelang Niaga Jaya.*
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas.
- 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>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Mangement: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fourth Edi). Pearson Education.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Rajawali.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1* (A. Sindoro & B. Molan (eds.)). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th. Edition, Jilid 1*

Terjemahan Bob Sabran (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (Sixteenth). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition* (15th ed.). Pearson.

Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?* (Ed.4). Erlangga.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Khalifah Mediatama.

Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 113–132. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.854>

Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika*. Erlangga.

Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(006), 269393.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Marketing Strategy*. Salemba Empat.

Pratama, K. E., & Nurbaya, S. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di DISTRO OSING DELES BANYUWANGI. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 495–499.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.

Rusmini. (2013). Strategi Promosi sebagai Dasar Peningkatan Respons Konsumen. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 13(1), 73–79.

Safaim, S. (2019). PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU CONVERSE (Studi Empiris Pada Konsumen Sepatu Converse Di Artos Mall Magelang). *Skripsi*.

Sangaji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (1st ed.). Penerbit ANDI.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behavior*. Pearson.

Sembiring, M., Sipayung, R., & Sitepu, F. E. (2014). Growth and Peanut Production With

Provision of Empty Palm Bunches at different Pile Up Frequency. *Jurnal Online Agroekoteknologi*, 2(2337), 598–606.

Senly, A. (2017). *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI COLT DIESEL PADA PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR CABANG BONE*. Universitas Negeri Makassar.

Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran : Pengenalan Plus Tren Terkini*. Penerbit ANDI.

Sherlin, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Stie Sakti Alam Kerinci). *Jurnal Benefita*, 2(2), 141–149. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.719>

Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh*. Erlangga.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). CV. ANDI.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit ANDI.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing* (3rd ed.). Penerbit ANDI.

Top Brand Award. Top Brand Index. (n.d.).

Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>