

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. B. (2019). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Ahmatang, A. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Halo Di Tenggara. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1), 39–47. <https://doi.org/10.53640/jemi.v20i1.765>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Ardiansyah, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Imageterhadap Keputusan Pembelian Amdk Cleo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 6, Juni 2017*, 6(1), 1–17.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto. dan Anton Widjaja. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT

Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.

Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Raja Grafindo Persada.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.

Foster, Bob. (2016). 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, 11.

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Hadi, A. V., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 540–548. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2280%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/2280/1499>

Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 2887. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i06.p02>

Julioe. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.

Keegan, Warren. & Green, M. (2017). *Global Marketing* (9th ed.). England: Pearson.

Kotler, P. (2013). *Strategi Brand Management* (14eth ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P. & Amstrong, G. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo.

- Kotler, P. & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Jilid 2). Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi Ke 1). Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kumar, D., & Bansal, M. (2013). Impact of Television Advertisements on Buying Pattern of Adolescent - A Study of Punjab. *IJCSCE*, 17–21.
- Lee, R., & Evyanto, W. (2022). Penaruh Harga, Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT Jumbo Power International Batam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1031–1038.
- Masikah, A., & Alwie, A. F. (2016). Pengaruh Efektivitas Iklan Exclusive Series Dewi Sandra terhadap Brand Image dan Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 8(2), 188–201. <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/view/3725>
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran. Cetakan ke-7*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu).

Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 7(1), 43–53.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Ngadiman. (2008). *Marketing*. Departemen Pendidikan Nasional.

Nur Aliah, A., Djamereng, A., & Mapparenta, M. (2021). The Effect of Advertising and Brand Image on Purchasing Decisions for Telkomsel Mobile Cards. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(1), 25–33. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i1.314>

Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen. Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 17–29.

Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436.

Pringgondani, P. (2022). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan, Word Of Mouth, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mrprabspomade. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2035. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2483>

Sangadji, E. M. & Sopiah. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. PT Bumi Aksara.

Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76(9).

Schiffman, Leon G. dan Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Umum.

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(7), 755–764.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5 (Jilid 1). Erlangga.

- Shimp, T. A. (2010). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumampow, A. (2013). *Analisis Efektifitas Iklan Televisi Produk Aqua dengan Menggunakan Metode Epic Model dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Center of Academic Publishing Servis (APS).
- Suryadi, E., & Halimah, A. (2016). Pengaruh Brand Image Rokok Dunhill Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Pontianak. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 11(2), 621. <https://doi.org/10.29406/jmm.v11i2.67>
- Sutherland, M. and Alice. K. Sylvester. (2007). *Advertising and The Mind of The Consumer*. PPM.
- Tamara, S., Alie, J., & Wadud, M. (2021). The Effects of Brand Image and Price on Purchase Decision of Vivo Smartphones in Pampangan District. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 2746–4040.
- Thomson. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis, Sektor Publik (JAMPBSP)*, 5(6).
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*.

Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2020). *Pemasaran*. Andi Offset.

Tripambudi, B. W., & Purwanto, S. (2023). The Influence of Brand Image and Advertising Effectiveness on Purchasing Decisions for Supermie Instant Noodles in Gresik District. *Journal of Social Research*, 2(8), 2797–2804. <https://doi.org/10.55324/josr.v2i8.1341>

Uddin, M. J., Rahman, M. M., Kalam, A., & Rahman, M. F. (2019). Advertising Effectiveness and Influence of Consumer Buying Decision of LED Television. *Asian Business Review*, 9(3), 77–82. <https://doi.org/10.18034/abr.v9i3.272>

Ulum Munafi, M., Widayanto, W., & Budiatmo, A. (2022). The Effect of Price and Product Quality on Purchasing Decisions of Teh Hitam Celup Tambi (Study on Consumers of PT Perkebunan Tambi Wonosobo). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 05(12), 3791–3799. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i12-42>

Wibisono. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Motor Yamaha Mio (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Semarang). *Jurnal Q- Man*, 2(2).

Wijaya, D. (2017). “*Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*.” PT. Grasindo.

Yakin, R. A., & Hutauruk, B. M. (2023). The influence of brand image , location and price on purchasing decisions of Dunkin ' Donuts products. 6(3), 457–461.

Yovianty, L., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo. *Prologia*, 6(2), 240–247. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.10553>