

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*.
- Ahmad Napik, N. Q. dan B. S. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73–8.
- Alma, B. (2006). *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Aldabeta.
- Bancin, J. (n.d.). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Media Publishing.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Djaslim, S. (1997). *Inti Sari Manajemen Pemasaran*. IPTEK.
- Gaspersz, V. (1997). Manajemen Kualitas Penerapan Konsep-Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total. In *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21 (Edisi Tujuh). In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 (Tujuh)*. Universitas Diponegoro.
- Heriyanto, S. & A. (2006). *Panduan Penelitian (1st ed.)*. Prestasi Pustaka.
- Hidayat, A. A. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif (A. Aulia (ed.))*.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Kotler, Philip, dan G. A. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran (sembilan)*. PT Indeks.
- Matondang, M. A. dan N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media* (R. H. Meutia Maya (ed.); Pertama). CV Budi Utama.
- Montolalu, P. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek, dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *EMBA*, 6.

- MUHAMMAD LUTHFI KHAKIM. (2015). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI KOTASEMARANG. *Universitas Dian Nuswantoro Semarang*. <http://dinus.ac.id/>
- Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran* (Media Sains Indonesia (ed.); Pertama).
- Nasrudin Efendi, Sugianta Ovinos, Ginting, J. H. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen. *Ilmu Ekonomi Dan Sosial, Vol.11, No.*
<http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/ekosos>
- Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. PT. Konisnu Putra Utama.
- Putri, E. K. (2016). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Rangkuti Freddy. (2002). *The Power Of Brands Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ririn Arifah. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. 14(02), 634. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>
- Santoso Singgih. (2015). *Menguasai Statistik Parametrik*. PT Elex Media Komputindo.
- Setiyaningrum, Ari, Udayana, Jusuf, dan E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Simamora, B. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sukmawati, Pramono, Sri, dan Sugono, A. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.

- Syofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pertama)*.
- Tarjo. (2019). *Baca Metode Penelitian Sistem 3x Baca*.
- Thamrin. (2003). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tresna, P. (2011). *Perawatan Kulit Wajah*.
- Zamroni, A. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–16.

