

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1).
- 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>
- Arifin, F. F. dan Z. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014 / 2015 dan 2015 / 2016 Pengguna Oppo Smartphone)*. 56(1), 207–215.
- Cahyono, E. (2018). *Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. V(1), 61–75.
- Darwin, S., Sondang, Y., & et al. (2014). Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–12.
- Denpasar, K., Denpasar, K., Denpasar, K., & Kunci, K. (2019). DOI :
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p17> ISSN : 2302-8912
PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Perusahaan retail merupakan keseluruhan akt. 8(11), 6721–6740.

Fristiana, D. A. (n.d.). *Pendahuluan*. 1–9.

Herdiana. (2013). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN RINGAN HASIL OLAHAN LAUT DIKOTA TANJUNG PINANG. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73.

Konsumen, P., & Co, D. I. J. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377.

Lailatan Nugroho, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>

Laras, G. M. M. D. K. P. K. : K. P. P. M. I. D., & Firmanyah, E. (2019). Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Konsumen : Kasus Pada Produk Mie Instan. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 6(2), 131. <https://doi.org/10.20527/jwm.v6i2.148>

Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).

- Ogi, I. W. J., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt. Gemilang Emas Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21897>
- Panday, R. (2019a). *Metodologi Penelitian*.
- Panday, R. (2019b). *No Title*.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Sinaga, L. R., & Pramanda, N. I. (2018). Analisis Pengaruh Brand Name, Service Quality, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Miniso Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 11(1), 51.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i1.8530>
- Sinaga, R. O. L. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cocorico Cafe & Resto Bandung 2017*. 3(2), 258–264.
- Suhardi, S., & Carolin, F. A. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Semen Holcim Pada Pt. Kinco Prima Kota Batam. *Jurnal Benefita*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3404>
- Sujarweni. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI*

PENDEKATAN KUANTITATIF.

Tampi, J. R. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)*. 6(002), 86–96.
<https://doi.org/10.35797/jab.6.002.2018.19856.%p>

V. Wiratna Sujarweni. (2014). *METODOLOGI PENELITIAN.*

Venessa, I., & Arifin, Z. (2015). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Skripsi*, 51(1), 44–48.

Wulandari Dwi Ajeng. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.

Yanti, mery oky zufi, & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1557/1516>