

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, V(1), 124–143.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Dr. Rorim Panday, M.M., M. T. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN TEORI DAN APLIKASI MENGGUNAKAN MULTIVARIAT* (F. T. Septiono, ed.). purwokerto Selatan.
- Faiz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiwa UMS di Ella Skin Care). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–11.
- Fristiana, D. A. (2000). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 59–67.
- Iriani, S. R. I. S. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. 1*.
- Kiswanto, A., & Damiasih, D. (2018). Persepsi Kualitas Layanan Museum Sebagai Sarana Edukasi Masyarakat (Studi Kasus: Museum Gunung Api Merapi Yogyakarta). *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Margiyanto, M. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas*

- Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Kota Semarang.* 1–82.
- Murdianiningsih Sri. (2015). *Persepsi Dan Perilaku Santri Kota Salatiga Terhadap Perbankan Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Moderating.*
- Pertiwi, A., & Hermana, B. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Yang Mengambil Kuliah Di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*
- Pradana, & Rahfsan. (2018). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xenia Pada Asco Daihatsu Di Kabupaten Jember. *Journal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 53(9), 1689–1699.
- Putra, I. B. O. K., & Suprapti, N. W. S. (2019). Pengaruh Persepsi Asal Negara (Country of Origin) Terhadap Niat Beli Yang Dimediasi Citra Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5240.
- Ruth Amryyanti, I Putu Gde Sukaatmadja, K. N. C. (2010). *Pengaruh Kualitas layanan, produk dankewajaran harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada skin care singaraja.* 22–29.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2015). Jurnal Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(November), 13 halaman.
- Saputri, D. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Jafra.*
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Sataloff, R. T., Johns, M. M., & Kost, K. M. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas*

Produk, Kualita Pelayanan dan Citra Merek Keputusan Pembelian Skin Care di Kota Cilegon. 1–12.

Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Riset Bisnis*. Alfabeta.

Sujarweni. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN EKONOMI PENDEKATAN KUANTITATIF*.

Susanti, N., & Wardana, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek the Body Shop. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 253514.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(1), 44–48.

Wiratna Sujarweni. (2015). *STATISTIK untuk BISNIS & EKONOMI*.

Yanti, D. N., Banuwa, I. S., Safe'i, R., Wulandari, C., & Gumay Febryano, I. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat dalam Pembangunan Hutan Tanaman Rakyat pada KPH Gedong Wani. *Jurnal Hutan Dan Masyarakat*, 9(2), 61.

Yunita, M. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. 31.

Zebua, Y. (2020). Pengaruh Budaya Kerja Dan Promosi Jabatan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Pt. Perkebunan Nusantara Iii Labuhan Haji Labuhanbatu Utara. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 109–124.

Zedadra, O., Guerrieri, A., Jouandeu, N., Seridi, H., Fortino, G., Spezzano, G., ...

Thesis, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Ter. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

