

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, J.A dan Zeplin, J.H.T. (2017). *keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Agora
- Ain, N & Ririn, T.R. (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya. *JESTT*, 2 (7).
- Amanah, D. (2013). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Amron, (2018), *Effect of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying decision Of City Car Prouct*. Archives of Business Research-Vol. 6, No.4, Semarang
- Arifin, A. Z., & Subagio, R. S. (2017). Kepuasan pelanggan untuk pembelian mobil honda. *Jurnal Manajemen*, 20(1), 63. <https://doi.org/10.24912/jm.v20i1.66>
- Buchan, Alma. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kelima. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Danish, M.H & Arslan, M.S. (2021). After-sales service, brand equity and purchasing intention to buy second-hand product. *Rajagiri Management Journal*, 15(2), 129-144.
- Ernoputri, D., Arifin, Z, dan Fanani, D. Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen (survei pada pengguna produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang-Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 30 No. 01. 2016.
- FACHIRA, N. R. (2012). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Pajero Sport Pada Pt. Bosowa Berlian Motor*.
- Heni Yufita, 2019, Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank BNI Syariah Di Kota Palembang, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 9 No. 3, Jakarta.
- Kurniawan, F., Bisnis, J. A., Semarang, U. D., Lubis, N., Bisnis, J. A., & Semarang, U. D. (2013). Pengaruh Relationship Marketing Dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Astra Internasional Isuzu Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 76–88. <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5356>

- Kotler, Philip, (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____, dan Garry Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- _____, dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- _____, (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Marheni, E. S., & Tutut, R. P. (2013). Pengaruh Brand Image terhadap Pengguna Smartphone iPhone. *Sosio Teknologi*, 13(3), 3.
- Perpustakaan.uns.ac.id digilib.uns.ac.id Daftar Pustaka Satori Djam'an dan Aan Komariah*. 2013. (2013). <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000363>. Dangnga.
- Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development/R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- _____, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tarmizi, A. (2016). Pengaruh pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Jaya Indah Motor Cabang Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 16 (3).
- Terhadap, H., Pembelian, K., Di, P., Orindo, P. T., & Denpasar, A. Y. U. O. (2016). 1) 2). 76–85.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Victoria, D., Ruswanti, E., & . F. (2015). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Surya Toto Indonesia Tbk. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 153. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.368>
- Wijaya, Y. (2019). Pengaruh After Sales Service Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pt Damai Sejahtera Abadi(Ufo Elektronika) Surabaya. *Agora*, 7(1), 287092.
- Yahya, T. A., Burhanuddin, B., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Calya Di Nasmoco Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 517–524. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.666>