

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Amron. 2018. *Effect of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product*. Archives of Business Research. Vol.6 (No.4).
- Arslan, Muhammad. 2014. *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: a Study of Retail Store in Pakistan*. Research on Humanities and Socioal Sciences. Vol.4 (No.22).
- Astuti, Faradiba Sri Rahayu Tri. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)*. Diponegoro Journal of Management. Vol.2 (No.3): 1-11.
- Durianto, Darmadi. dkk. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, Vincent. 2008. *The Executive Guide to Implementing Lean Six Sigma*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, T Hani. 2009. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Hermanto dan Rendy Saputro. 2019. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat)*. Business Management Journal. Vol.15 (No.1): pp 1-67.
- Hulu, Paolinus, Endang Ruswati dan Nia Puspita Hapsari. 2018. *Influence of Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Trust towards Purchase Intention (Study Case on Pocari Sweet isotonic Drink)*. IOSR Journal of Buusiness and Management. Vol.20 (No.8): pp 55-61.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Mafudz, Nilla Wijayasari. 2018. *Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan*. Diponegoro Journal of Management. Vol.7 (No.2): pp 1-9.
- Mudiantono, Panji Usmar Wicaksono. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi terhadap Citra merek dan Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata di Semarang*. Diponegoro Journal of Management. Vol.6 (No.2): pp 1-11.
- Prabowo, Indra Jaya Krisna Gede. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone)". *Ekonomi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Putro, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono. 2018. "Analisis Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Pembentukan Brand Loyalty (Studi Empiris pada Wardah Cosmetics)". *Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ranjarlan, Bahram, dkk. 2012. *An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores*. International Journal of Business and Management. Vol.7 (No.6).
- Salfina, Lili dan Heza Gusri. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman*. Indonesian Indovisi Institute. Vol.1 (No.1) : 83-100.
- Satria, Daniel Adhi dan Helene Sidharta. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball*. Performa: Jurnal Management dan Start Up Bisnis. Vol.2 (No.3).
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Siswoyo, Sanjaya Pranata. 2018. *Dampak Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pelanggan dalam Usaha Sambal*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol.2 (No.6).

Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta

_____, 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta

Sulistiyari, Ikanita Novirina. 2012. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame”. *Ekonomika dan Bisnis*. Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.

Surjaatmadja, Surachman dan Daruendra Purnawan. 2018. *Store Image, Service Quality, and Familiarity on Purchase Intention of Private Label Brand in Indonesia*. *International Review of Management and Marketing*. Vol.8 (No.1): pp 79-85.

Sutopo, Lusia Oktaviani. 2014. *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus pada Konsumen Mie Instan Supermi di Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*. Vol.3 (No 4): 1.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Tulipa, Diah dan Ninuk Muljani. 2015. *The Country of Origin and Brand Image on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya-Indonesia*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. Vol.6 (No.50): pp 55.

Utami, Ruri Putri dan Hendra Putra. 2017. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran di Pasar Sambas Medan*. *Jurnal Niagawan*. Vol.6 (No.2).

Zainuddin, Didi. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik*. *Sosio E-Kons*. Vol.10 (No.23): pp 220-227.