# DAFTAR PUSTKA

Amron. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision Of MPV Cars. *European Scientific Journal, Vo. 14, No. 13*, 1857- 7431.

Angga, P. W. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decision. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi Vol. 18, No. 1*, 24-35.

Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. ANDI.

Dedyh, P. S. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja, Vol. 14 No. 1 ISSN. 1907 - 3011*, 16-23.

Fijar, F. d. (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). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 56 No. 1*.

Fitriana, U. d. (2019). The Influence Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Vol. 8, No. 2*, 51-56.

Iqbal, Dkk. 2018. Analysis Of The Influence Of Brand Image And Customer Value On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyaltys. International Journal Of Economics, Business And Management Research Vol. 2, No. 04. ISSN: 2456-7760

Judge, R. d. (2008). *Perilaku Organisasi Edisi 12.* Jakarta: Salemba empat. Junior, dkk. 2019. Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas

Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8. No. 2

Kho, Dkk. 2018. Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Persepsi Nilai Sebagai Variabel Perantara Di Tx Travel Surabaya

Kotler, Philip dan Keller. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas.

Jakarta. Erlangga

65

Kotler, K. (2012). *Marketing Management Edisi 14.* Global Edition Perarson Prentice Hall.

Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga. Lenny Menara Saragih, S. (2018). Pengaruh Harga, Brand Image dan Word of

Mouth Terhadap Keputusan Pelanggan Jasa GrabCar di Kota Medan. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI) ISBN: 978- 602-52720-0-4*, 44-51.

Lina, P. d. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, Vol. 2, No. 1*, 45-51.

Muhammad, A. F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image, Brand Trust terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis, Vol. 1*, 40413.

Nainggolan Frydom, Hidayat Anas. 2020. The Effect Of Country Of Origin, Brand Image, Price Fairness, And Service Quality On Loyalty Toward I PHone MobileUsers, Mediated By Consumer Satisfaction. EJBMR, European Journal of Business and Management Research. Vol. 5, No. 1

Nur, R. N. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *JIAGABI, Vo. 8, No. 1*, 59-66.

Schiffman, L. G. (2016). *Cosumer behavior (10 th Edition).* New Jersey: Pearson Education.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Impilkasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Kencana.

Sriandani Lili. 2018. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Fifgroup Pos Spektra Pematangsiantar. Jurnal Maker Issn : 2502-4434 Vol. 4, No.1

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bansung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bansung: Penerbit Alfabeta.

Surachman. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen Merek.* Malang: Bayumedia.

66

Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi.

Witama Alex. 2019 Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan