

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek: Mamanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Cetakan Ketiga. Jakarta : Penerbit Mitra.
- Ali Hasan. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2011. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry, A Conseptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol. 49. 1985
- Arifin, E. F. (2015). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban ACHILLES di Jakarta Selatan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 5 no 1, 124-143.
- Arraniri, I., Firmansyah, H., Wiliana, E., Setyaningsih, D., Susiati, A., Megaster, T., ... & Arif, M. (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. Penerbit Insania.
- Azahari, Al dan Hakim, Lukmanul. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*. JMOB Vol. 1 No.4 Tahun 2021 (553-564)
- Barata, Atep Adya 2008. *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: elex Media Kompetindo.
- Bob Foster (2016) *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company)*, *American Research Journal*, Vol. 2, No. 1, Hal. 1-11.

Blokdyk G.2020.*System Requirements Specification A Complete Guide - 2020* Edition. Emereo Pty Limited

Castro, B., Citterico, M., Kimura, S., Stevens, D. M., Wrzaczek, M., & Coaker, G. (2021). *Stress induced reactive oxygen species compartmentalization, perception and signalling*. *Nature plants*, 7(4), 403-412.

Danang Sunyoto. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.

Ekowanti, R L. 2017. *Kemitraan dalam Otonomi Daerah*. Intelegensia Media ; Malang.

Espindola, J. A. G. (2020) *International Rainwater Catchment Systems Experience*. First. Edited by J. A. G. Espindola et al. London, UK: IWA Publishing. doi: 10.2166/9781789060584.

Ezeuduji, I. O., & Mhlongo, P. S. (2019). Tourists' perceptions of a destination brand image: KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-11

Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal sinar manajemen*, 9(1), 106-113.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. Yogyakarta, Andi.

Fandy Tjiptono, 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.

Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning dan staregy)*. In manajemen pemasaran. Penerbit Qiara Media

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

_____.2020. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Handoko. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPF.

Hasibuan, Malayu. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu. 2017. *Manajemen Sumber Daya manusia*. Cetakan kedua puluh tiga. Jakarta: PT Bumi. Aksara.

Hermawan, Agus. 2012. *KomunikasiPemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Karyati. (2016). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Studi Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Akuntandi Fe Uny (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XII IPS/IIS SMA Negeri Di Gunungkidul Tahun Ajaran 2015/2016)*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo

Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Keller, P. M. K. L. K., & Hansen, B. G. M. (2019). *Marketing Management 4th European Edition European Edition*.

- Kotler, P., Keller, L.K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fourth European Edition.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks.
- Listighfaroh, Ilmi Muzammil. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra Surabaya.
- Malau, Y. (2017). *Implementasi Metode Simple Additive Weighting Untuk Sistem Pendukung Keputusan Promosi Kenaikan Jabatan*. *Paradigma*, 19(1), 38-45.
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh harga, Kualitas Produk dan desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan bermotor merek honda Jenis skutermatic. *Jurnal penelitian*, 9(1).
- McPherson, R. A., & Pincus, M. R. (2021). *Henry's clinical diagnosis and management by laboratory methods E-book*. Elsevier Health Sciences.
- Nasution, A.A. 2019. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 2019, hal 194-199.
- Ouwersloot, Hans dan Tudorica, Anamaria. 2001. *Brand Personality Creation. Through Advertising*, Maastrich academic Center for Research in Services. Journal.
- Plummer, J., Rappaport, S. D., Hall, T., & Barocci, R. (2007). *The online advertising playbook: Proven strategies and tested tactics from the advertising research foundation*. John Wiley & Sons
- Prabowo, Eddy Rokh. 2020. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas*. *Majalah Ilmiah Solusi*. Vol. 18, No. 4 Oktober 2020.

- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh promosi, brand ambassador terhadap keputusan pembelian pengguna market place x dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.
- Sahney, Amrita. 2016. *A Review Brand Image And Its Impact On Buying Behaviour*, Internasional Journal of Academic Research and Development, Vol. 1 No. 8: 1-3
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons
- Sipayung, F. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Sopani, K., & Setyarko, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Cabang Alam Sutera, Tangerang Selatan. *Financial Marketing Operational Human Resources*, 1(02).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kominasi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi Metode R&D*. Cetakan kedua puluh empat. Bandung: Alfabeta.
- Sumiharyati, S., & Arikunto, S. (2019). Evaluasi program in-service training guru SMK di BLPT Yogyakarta. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(2), 160-173.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta*. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Warella, Y. 1997. *Administrasi Negara dan Kualitas Pelayanan Publik* Pidato Pengukuhan jabatan Guru Besar Madya ilmu Administrasi Negara. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Widiana. (2010). *Dasar – Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati