

## DAFTAR PUSTAKA

- Adila., S., N & Aziz., N. (2015). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 43(1), 1–16.
- Afrilia Sari, V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap minum dalam kemasan. *Diponegoro University Journal of Social n Publik, Business Administration* 2017, 1–12.
- Amerta, I. M. S. (2020). *The Effect of Brand Image and Country of Origin on Consumer Buying Interest: Case Study on Yamaha NMAX Motorcycle in Denpasar City*. 7(3), 83–90.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). *The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone Buying Interest: Case Study on Narotama University Students*. *IJEED (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 210–217. <https://doi.org/10.29138/ijebed.v2i2.769>
- Conchita, K., Sudapet, N., & Subagio, D. (2018). Influence of WOM Communication, Packaging Design, and Brand Image on Interest Buying (Study case of consumers Raja Pisang Keju Arjuna Surabaya). *Journal of World Conference*, 254–263.
- CLAODYA LEE, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Kemasan Pet 450 Ml (Studi Pada Pengunjung Minimarket Di Surabaya Selatan). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4), 1–11.
- Denniswara, E. P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi terhadap Intensi membeli Ulang Produk My Ideas.1.
- Endro, A., & Achmad, F. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal Mix*, V (1), 124–143.

- Fakaubun, K. U. F. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang sepati adidas di Malang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (*Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo Malang*) Ummi Fitria Kalsum Fakaubun *Pendahuluan Minat beli ulang pelanggan atas.* 4(September), 221–234.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. In *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective.*
- Wibowo. S.E, Ruswanti. E, J. U. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan. *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, 53(9), 1689–1699.*  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Irawan, D., Sunarto, A., Aprilia, A., & Jokom, R. (2015). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Restoran Ikan Bakar Cianjur Surabaya. 475–488.
- Iswandu Mei, H. D. (2019). Pengaruh atribut Produk, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Minat Beli konsumen teh pucuk harum di alfamidi industri cikarang.
- Kotler, Philip, & Gary Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 56(1), 75–81.*
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness.* McGraw-Hill, New York.
- Oceani, S. (2017). Analisa Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperaware Di Magelang. *Diponegoro Jurnal Of Management, 6(1), 1–13.*

- Prabowo Gede Krisna, I. J., & Nurhadi, M. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word Of Mouth terhadap Minat Beli (*Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna iPhone*). 246–256.
- Pratiwi, mila yuni, & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 6(7), 1–19.
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). the Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri'S Batik. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 9–17. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.121>
- Priyono, E., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga terhadap Minat berkunjung serta pengaruhnya terhadap Minat Beli (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semarang). *Journal of Management*, 2(2), 110. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/576>
- Purba, Andreas Pardomuan. Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Pertalite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM Pertalite Di Wilayah Puri Kembangan, Jakarta Barat).
- Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi dan Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Provinsi DKI Jakarta 4(2), 1–8.
- Riyono, & Budhiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, N., & Subagio, H. D. (2018). Influence of Packing Design, Protion and Brand Image on consumer Buying Interest (Study Case of Consumer Glek-Glek Tea Nganjuk). *Journal of Intrgrated Edducation, Engineering and Business*, 1(2), 2615–2312.
- Rosita Rahmi. (2016). *Pada Lotte Mart Bekasi Junction*. 1(November).
- Sagita, F. E. (2012). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kentucky fried chicken (kfc) di cabang basko grand mall oleh mahasiswa universitas negeri padang. *Universitas Negeri Padang*, 1–8.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. 2(April).
- Silfina Lili, G. H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pakaian anak-anak (studi kasus toko Rizky dan Afdal) *Iii*, 83–104.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Sugiyono. 2013. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.” Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *ke-26* (p. 334). [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Tondang, B. W. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada toko sepatu bata MTC giant Pekanbaru *Oleh*. 1–13.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>