

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Sukotjo, E., dan Mokodompit, E. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (The Effect Of Brand Image, Price and Product Quality On Purchase Decision). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Organisasi (JUMBO)* 3(1):183–95.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ* 14(13):228.
- Asiani, W., dan Ruswanti, E. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser dalam Iklan FreshCare Aromatherapy Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(1): 1-8
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price , Product Quality , Promotion , Social Factor , Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of Pt Telekomunikasi Selular). *International Seminar & Conference on Learning Organization* 6(6):294–309.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponogoro.
- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*. 17th ed. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, D. I. D., dan Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* 5(1):15–24.
- Mahmud, I. S., dan Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond’s Flawless White. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6(2):98–105.
- Manorek, S. L. (2016). The Influence Of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah* 16(1).

- Purba, A. P., dan Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian BBM Peralite (Studi Kasus Pada Pengguna BBM Peralite Di Wilayah Puri Kembangan, Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 3(1):61–78.
- Putri, A. R., dan Ruswanti, E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Nesco Multicheck Di PT Hadidz Medika, Jakarta Pusat). *Jurnal Inovasi* 12(2):104–11.
- Ruswanti, E. (2015). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah : Atensi, Kredibilitas Perusahaan, Iklan Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air*. Yogyakarta: CV. Andi. ISBN: 978-97-29-5420-3.
- Ruswanti, E., Hapsari, N. P., Januarko, M. U., dan Kusumawati, M. D. (2019). Analysis Advertising, Sales Promotion, Personal Selling and Direct Selling on Purchase Intention Vegetables in Retail West Jakarta. *Journal International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 100(1), 657–662. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.115>
- Sari, D. P., dan Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 3(2):73–83.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. 12th ed. Jakarta: Rajawali.
- Widyasari, S., Maskur, A., Setiawan, M. B., dan Sugiarto, T. (2019). The Effect of Motive, Product Quality, Price Perception and Brand Image toward Buying Decision Process. *Advances in Economics, Business and Management Research* 86(Icobame 2018):91–95.