

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Andriani, W., Abdurrahman, & Sari, P. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Bahana Tirta Alam Maritim Di Kab. Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebriti Endorser Pada Promo Adaaqua Terhadap Minat Beli Amdk Merek Aqua Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Di Jawa Tengah Dan Diy )*. 5, 1–15.
- Anggraini, F., & Dharmayanti, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond's Men Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14.
- Aquarista, Y. T. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Persepsi Harga Terhadap Minat Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–14.
- Ardyanto, D. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1), 1–8.
- Asshidiq, H. (2017). *Pengaruh Positioning Dan Persepsi Iklan Dengan Keputusan Pembelian Ulang Produk*. 5(4), 683–694.
- Ayuningtyas, A. F., Widyatmaja, I. G. N., & Sulistyawati, A. S. (2019). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Penjualan Produk Di Sang Spa Ubud Bali*. 3(1), 195–210.
- Firmansyah, F. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Stie Mahaputra Riau. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate (8th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haholongan, W., & Jayadi, I. (2019). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Bir Pletok ( Setu Babakan ). *Jurnal Sistem Informasi*, 1(1), 27–44.
- Handoko, K. F. (2017). Pengaruh Desain Visual Kemasan , Kualitas Informasi , Serundeng Mr . Gora Secara Online. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(5), 611–619.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.

- Heryanto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302.
- Irana, D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Jayanti, R. D., Jayanti, R. D., & Zuhri, M. Z. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt. 12(1), 33–46.
- Kartika, A. S., & Kusuma, G. A. (2016). Iklan Terhadap Brand Attitude Pada Iklan Merek Aqua ( Studi Pada Konsumen Aqua ) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali-Indonesia Email : Ayusatyaa21@Gmail.Com / No Telp : 081238147616 Abstrak Pendahuluan Brand Attitude Atau Sikap Terhadap. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 176.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt . Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi Analysis Of Marketing Strategy To Increasing Sales Of Motor Yamaha Mio At Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Emba Issn : 2303-1174*, 6(2), 968–977.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15e Ed.). Pearson Education.
- Maslakhah, I. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa/I Undip Konsumen Aqua). *Diponegoro Journal Of Management*, 6, 1–15.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455–463.
- Nofriyanto, R., & Rahmidani, R. (2018). Pengaruh Iklan Televisi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Biore Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ecogen*, 1(4), 905–914.
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Wulandari, E. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*, 3(2), 35–54.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & Rp, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jrmsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457.

- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas). *Jrnsi - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 53–73.
- Saputra, R. (2018). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda. *Journal Of Management*, 5(1).
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Sari, N., & Santika, I. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 254093.
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Denpasar Nyoman Wisniari Savitri Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Seiring Kemajuan Teknologi Berjualan Tidak Hanya Dilakukan Dengan Tatap Muka . Teknologi Memberikan Fas. *E-Jurnal Manajemen*, 6(8), 4214–4239.
- Situmorang, L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(9), 72–86.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, Y. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cv. Sibolga Nauli Madani*. 4, 107–122.
- Tarigan, E. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).
- Tumulo, Y., & Hidayat, A. (2017). Pengaruh Iklan Dan Positioning Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Coca Cola Pada Indomaret Mmtc Jl. Williem Iskandar Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 76–87.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan , Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 13–30.
- Widyastuti, N. W., & Winangsih, R. (2018). Meningkatkan Daya Saing Produk Usaha Mikro Melalui Desain Kemasan Kelompok Usaha Produsen Dan Retailer Makanan “Kue Subuh.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*, 4(1), 17–25.