

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, C., Tumbel, A., Soepeno, D., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 131–140. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22291>
- Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image , Brand Trust , Product Quality , and Price on the Consumer ' s Buying Decision of MPV Cars*. 14(13), 228–239. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Andi S Tarigan. (2019). *JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis*. 17–21.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Arifiyanto, N. K. M. (2020). *FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL*. PENERBIT NEM.
- Cahyani, N. S., & , S.L.H.V. Joyce Lopian, J. T. (n.d.). *PENGARUH DARI CITRA MEREK, PERKIRAAN HARGA, DAN PERKIRAAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI KONSUMEN PADA PRODUK PERAWATAN KULIT POND'S*. 5(2), 354–362.
- Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, S.E., M. S., & Dr. Miah Said, S.E., M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (M. S. Sobirin, S.S. (ed.)). SAH MEDIA.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. (n.d.). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M. M. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. PENERBIT PRENADA MEDIA.
- Firman Gazali Djunaidi, SE., M. S. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN MINYAK KAYU PUTIH PADA KETEL WALBARUA DI DESA UBUNG*. PENERBIT QIARA MEDIA.

- Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Igir, F. G., & Tampi, J. R. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up*. 6(2), 86–96.
- Jamaluddin, dkk. (2020). *Pembuatan Pupuk Organik Guano Kelelawar*. CV JEJAK PUBLISHER.
- Journal, E. (2020). The Effect of Products and Prices on Purchasing Decisions of Health Food. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 4(2), 175–184. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i2.9209>
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 777–787. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/viewFile/10473/10059>
- Mubarok, M. M. (2018). The Effect of Brand Image and Consumer Attitudes on The Decision to Purchase Batik Jetis Sidoarjo Mediated by Interest to buy. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(1), 105–116. <https://doi.org/10.14414/jebav.v21i1.1134>
- Muhammad Rifai Kurnia. (2016). *Pengaruh merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian peralatan olahraga tenis meja oke sport di kecamatan wonosari*. 24(1), 33–42.
- Neisia, T., Kalangi, J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(003), 269342. <https://doi.org/10.35797/jab.6.003.2018.20284>

- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>
- 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.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyamawi (ed.)). CV Alfabeta.
<https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=12181408515197590050&btnI=1&hl=en>
- Sunarti, Prasetya, E. G., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2014 konsumen Air Mmineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–221.
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Wicaksana, D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Indonesia. *Ekonomi Paradigma*, 20(02), 35–43.