

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi 13). Alfabeta.
- Brian, Rio. *Pengertian Iklan: Tujuan, Ciri-Ciri, Syarat dan Jenis-Jenis Iklan*.
Diambil dari <https://www.maxmanroe.com/pengertian-iklan.html>
- Fachrizal. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)*. 38.
- Gifani, A & Syahputra, S. (2021). *Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO pada Mahasiswa Universitas Telkom*. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 10(2),
<https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/86>
- Handy, A., & Khuzaini, K. (2017). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(JIRM), 9. H Arnanto, K Khuzaini - *Jurnal Ilmu dan Riset ...*, 2017 - jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id
- Herdianto, G. D. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk YAMAHA YZF R25 Di Yamaha Cicadas Kota Bandung*. Universitas Widyatama.
- Hidayat, Anwar. *Pengertian dan Penjelasan Metodologi Penelitian*. Diambil dari <https://www.statistikian.com/2016/11/metodologi-penelitian.html?amp>
- Ibnu, 2022. *Koefisien Korelasi: Pengertian dan contoh kasusnya*. Diambil dari <https://accurate.id/akuntansi/koefisien-korelasi/>
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati, Devi. (2015). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya”*. Surabaya: JREM,

<http://jrem.iseisby.or.id/index.php/id/article/view/25>

Karyoto. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen - Teori, Definisi dan Konsep* (Edisi 1). C.V ANDI OFFSET.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (edisi 15). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Pearson.

Kuspriyono, Taat. (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta*. Jakarta: Cakrawala. Diambil dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/3039>

Nurlaila, N., W, N., & Keuangan, P. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk pada Witel Medan. 33–34.

Riley. (2016). pengaruh Harga, Citra merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Marketing*.

Ritonga, H. M. dkk. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. CV. Manhaji. <https://id.bok.asia/book/15149356/0d8fef>

Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). *Pengantar Manajemen Dan Bisnis* (D. S. M.Ag. (ed.)). K-Media. <https://b-ok.asia/book/19172324/201b5f>

Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 291–297.

Sinaga, Aprizal Haris. 2019. Pengaruh Iklan dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Medan. Medan: Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/2674>

Situmorang, I. L., Jushermi, J., & Mahardi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Peoduk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Ejournal. N Aina* - Volume, 2017 - ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018c). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi, & Chandra, G. (2016). *Services, Quality dan Satisfaction*. Andi Offset.