# DAFTAR PUSTAKA

Bahar, A. F. (2019). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Sma Kartika Xx-1 Makassar). *Manajemen Bisnis* , 14-27.

Fadillah, N. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vaseline Pada Mahasiswa Umsu. *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 1-13.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19 Edisi Kelima.* Semarang: Universitas Diponegor.

Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek* *, 10* (2), 81-94.

Ginting, N. N. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Pt Go-Jek Diuniversitas Sumatera Utara Medan. *Ekonomi Bisnis* , 1-11.

Hasyim, M. A., Fauzi, A., & Fanani, D. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusanadministrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy). *Jurnal Administrasi Bisnis* *, 43* (1), 148-156.

Hidayah, N. E., & Rahmawan, G. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Product Innovation And Brand Image On Purchasing Decisions Of Instant Noodles In Indonesia. *Journal Of Research In Business, Economics, And Education* *, 3* (1), 1-8.

Istiatin. (2018). *Modul Metodologi Penelitian.* Surakarta: Surakarta: Universitas Islam Batik.

Jasmani, & Sunarsi, D. (2020). The Influence Of Product Mix, Promotion Mix And Brand Image On Consumer Purchasing Decisions Of Sari Roti Products In South Tangerang. *Pinisi Discretion Review* *, 3* (2), 165- 174.

Lazuardi, D., & Rinaldi, M. (2020). Atmosphere Store Analysis And Product Innovation On Consumer Purchase Decisions. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* , 21-32.

Mulyadi, D. (2021). The Influence Of Advertising And Personal Selling On Purchasing Decisions At Borobudur Department Store, Karawang Branch. *Pjaee* *, 18* (4), 3704-3711.

Riyanto, R. P. (2015). Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Distribusi Pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Konsumen Taruna Adiprima Motor Kudus). *Ekonomi Manajemen* , 1-9.

Rizki P, S. R., & Samhudi, A. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Handphone Vivo (Studi Kasus Konsumen Gadget Mart Pelaihari). *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen* *, 6* (1), 1-13.

Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kisworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan, Efekvifitas Iklan, Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* *, 5* (2), 133-145.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi.* Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, E. H. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Iklan, Efektivitas Iklan, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Smartphone Merek Evercoss). *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 1-12.

Wardani, M. K., Sunarso, & Susanti, R. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unisri Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* *, 17* (1), 51 – 62.

Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence Of Brand Image, Brand Trust And Product Packaging Information On Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* *, 18* (1), 24-35.