

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade, L. P., (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue Medan Napoleon Di Medan (Studi pada Konsumen Produk Kue Medan Napoleon)*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Agus, S., Djasuro S., & Daenulhay, K. (2018). Pengaruh Brand Extension Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Enduro Matic-G Melalui Citra Merek (Survey Pada Konsumen Pengguna Enduro Matic-G di Kota Serang). *Jurnal Riset dan Bisnis Tirtayasa*, Vol. 2, No. 1
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS
- Almutlaq, H. (2016). Exploring the Relationship Between Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Theoretical Framework. *Journal of American Science*. Vol. 12, No. 5 2016 pp 85-92 ISSN 2375-7264 <https://doi.org/10.7537/marsjas12051610>.
- Amalian, S., & Nst, M.O.A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1, Mei 2017.
- Annizar. RA., (2018). *Perbedaan Pengaruh Produk, Promosi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan Dan Oppo (Survei pada Bandung Electronic Center)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Anggareani. AW., Mardika. JN., (2015) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Asflexi (Studi Kasus Pelanggan Kartu AsFlexi Area Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Vol 1, No. 1, Januari 2015,ISSN 2087-307* <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/Article/view/195/197>
- Cahyo, W., (2016). *Analisis Rebranding Dan Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Internet Speedy menjadi indihome Triple Play 100% Fiber Loyalitas Pelanggan di Telkom Balikpapan, Kalimantan Timur*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Databooks. (2016). Google: Pengguna Internet Indonesia Tumbuh Tercepat di Dunia. Diakses pada tanggal 20 Maret 2020 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/10/04/google-pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-tercepat-di-dunia>
- Dedi, N., (2017). *Pengaruh Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu OlahRaga Merek Adidas Di Bandar Lampung*. Univerisitas Lampung.

- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xiaomi serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Sarjanawiyata Tamansiswa*. Vol. 7, No. 1, hal 16-26.
- Erni, D. P., (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Instagram Dengan Theory Of Reasoned Action Menggunakan Amos 21. *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI Vol. .II No.1 Februari 2016*
- Evita, N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung). *E-Proceeding of Applied Science Vol. 3, No. 2, hal 430-452*
- Foster, B. (2016). 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*. Vol. 2, 2016, 11 pages
- Gilaninia, S., & Mousavian, S. J. M. (2011). The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. *African Journal of Business Management*. Vol. 6, No. 25, pp7548-7556
- Gutama, D. P. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen GDCK Supply Co Di Kota Magelang)*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Hasanah, N., (2018). *Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tas Sophie Paris Bc Wartinih Rajawali (Survei Pada Konsumen Tas Sophie Paris BC Wartinih Rajawali Kota Bandung)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan, Bandung.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi. Revisi*. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Hestanto. (2018). Citra Merek (brand image) Menurut Para Ahli. Diakses pada tanggal 2 April 2020 dari <https://www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/>
- Hidayah, D., & Idris (2019). Influence of Price, Product Quality, Location, Brand Image, and Word of Mouth on Purchasing Decisions at Bacarito Padang Cafe with Buy Interest as a Moderation Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 124, pp 710-716*
- Imam, G. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Indotelko. (2015). 2020, Semua Pelanggan IndiHome Dilayani Serat Optik. Diakses pada tanggal 20 maret 2020 dari <https://www.indotelko.com/read/1432096600/pelanggan-indihome-dilayani-serat-optik>
- Ismainar, H. (2015). *Manajemen Unit Kerja*. Yogyakarta: Deepublish

- Istiyanto, Budi, & Nugroho, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No.1, E-ISSN: 2549-6018 <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jalil. I., Wahyuningsih. YE., Ansari. LP., (2019) *Applied Of Reasoned Action Theory (TRA) Yang Berdampak Pada Intention To Purchase Herbal Cosmetics*. Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar Meulaboh Aceh Barat. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* Vol. 3, No. 2, 2019 ISSN 2614-2147
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing. Twelfth Edition*, England: Pearson Education Prestice Hall.
- Kotler , P. & Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Malonda, D., & Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA UNSRAT*, Vol. 6, No. 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20997>.
- Momani, R. A. (2015). The Impact of Brand Dimension on the Purchasing Decision Making of the Jordanian Consumer for Shopping Goods. *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6 No.7.
- Mubaroq, R. H. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek City Car Toyota Agya (Survei Pada Pengguna City car Toyota Agya di Dealer Wijaya Toyota Cimareme)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Muhammad, R. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*. Fakultas Ilmu Komunikasi UNY, Yogyakarta.
- Mardiana, I., Rubiyanti, R. N., (2017) Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual Menggunakan Metode Improtance Performance Analysis (Studi Pada Indihome Witel Bandung). *Administrasi Bisnis*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. *Jurnal Ekonomi*,

Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No.1, April 2017, 47 – 58 ISSN 2443 - 0633

- Nguyen, N. L., Tran, T. T., & Vo, M. P., (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. Vol. 5, No. 3, March – 2020. pp 481 – 492
- Nurhadian, A. Y. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kosumen Distro Iwearzule (Studi Pada PT. IWZULE Indonesia Utama Vission (Iwearzule))*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Prasastono, N., Ema R., & Sri Yulianto F. P., (2017). Effect Of Price, Quality Products And Brand Image Purchase Decisions Getuk Pisang "Sari Madu" Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Multi Displin Ilmu & Call For Paper UNISBANK Ke-3(Sendi\_U)*. 2017. Hal. 324 -337
- Putri, L. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
- Rahmawati, A. R. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Nurul Izza Yogyakarta*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Reny, R. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Good Day Pada Masyarakat Di Desa Sumberdadi Kecamatan Sumbergempol*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung: Tulungagung
- Rico, D. L., Marisi B., Andy W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Warnet Pengguna Telkom Speedy di Kecamatan Siantar Timur). *Jurnal Maker ISSN : 2502-4434 Vol. 4, No.1, Juni 2018*
- Sangadji, E. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, T. F. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk POND'S (Studi Kasus Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.
- Schiffman, L., & Wisenblit, L. (2015). *Consumer Behavior. Eleventh Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Schiffman, L., & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Setyaningrum, Ari J. U. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Siswoyo, A. (2016). Analisa Pasar dan Perilaku Nasabah Bank Syariah. Diakses pada tanggal 31 Maret 2020 dari <http://agussiswoyo.com/ekonomi-islam/analisa-pasar-dan-perilaku-nasabah-bank-syariah/>

- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sriyanto, A., & Albaity, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 5 No. 2 Oktober 2016 hal. 163 – 175*
- Swastika, V. M. (2015). Perkembangan Teknologi di Indonesia. Diakses pada tanggal 20 Maret 2020 dari <https://www.kompasiana.com/vanessams/55547634b67e615e14ba545b/perkembangan-teknologi-di-indonesia>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51 No. 1.
- Wulandari, R. D., & Donant, A. I. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 3, No. 1, hal. 11- 18.
- Wangean, R. H., & Mandey, L. S. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal Emba* , Vol. 2 No 3.
- Yessi, S. R. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosumen Pada Rabbani Store di Kota Magelang*. Universitas Muhammdiyah Magelang.
- Zulfajri, M., & Hidayat (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Pelita Ponsel Pasir Pengaraian. *Jurnal Manajemen UPP*. Vol. 4, No. 1