

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arafat. (2016). *Behind A Powerful Image: Menggenggam Strategi dan Kunci-Kunci Sukses Menicapkan Image Perusahaan yang Kokoh*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Chandra, T. d. (2017). *Pemasaran Stretegik Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Cresswell, J. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research 4th Edit*. Boston: Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches: Fourth Edition*. Thousand Oaks: CA: Sage Publications.
- Dr. Minto Waluyo, I. M., & Mohammad Rachman W, S. M. (2020). *MUDAH CEPAT TEPAT DALAM APLIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELING (Edisi Revisi)*. Malang: Literasi Nusantara.
- Kotler, & Amstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th Edition) (Manajemen Pemasaran Edisi ke 13)*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Rangkuti, & Freddy. (2015). *Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, & Freddy. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: Gramedia.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Andi.
- Suliyanto. (2018). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, & Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten. (2012). *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Connecticut: Preager.

ARTIKEL ILMIAH

- Adetunji, R., Rashid, & Ishak, S. (2019). The Mediating Effect of Brand Image on The Relationship between Social Media Advertising Content, Sales Promotion Content and Behavioral Intention. *Journal of Research Interactive Marketing*, 302-330.
- Agustina. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Riset Manajemen*, 1-8.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 8.
- Budianto, Y. P. (2019). Pengaruh Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai variabel Mediasi. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-10.
- Caniago, A. (2020). Analysis of Product Innovation and Brand Image on Company Performance. *International Journal of Business Innovation and Research*, 409.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 No. 1.
- Dr. Minto Waluyo, I. M., & Mohammad Rachman W, S. M. (2020). *MUDAH CEPAT TEPAT DALAM APLIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELING (Edisi Revisi)*. Malang: Literasi Nusantara.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Lazizaa Chicken and Pizza, Jambangan, Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Negara (JPTN)*, Vol. 8, No. 1.
- Firdaus, I. (2016). Pengaruh Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe dengan Menu Unik (Studi Kasus pada Cafe Tombo Ngelak, Yogyakarta). *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ika Mustika, G. L. (2020). How does Brand Image, Price, and Promotion Influence Consumer Decisions in Mortgage Financing? PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Branch of UI Depok. *International Journal of Innovation Science and Reseach Technology*, 1130-1136.

- Indriyanti. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku di Togamas, Solo. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Inriani, W., & Santoso, S. (2022). The Influence of Promotion, Product Quality, and Brand Image towards customer purchase decision of Wardah cosmetic Product. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 67-73.
- Joe Eklesia, E. S. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation on Purchase Decisions at Prices as Intervaning Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5.
- Machfiroh, I. S. (2018). Keterkaitan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada EMAK di Fried Chicken Pelaihari. *Jurnal Humaniora Teknologi*, Vol. 4, Nol. 1.
- Mardina, N. (2022). The Role of Brand Image, Promotion, Price there is Trust, and Purchasing Decisions towards the towards the Loyalty of Private Label Produc of the traditional retail industry in Nunukan North Kalimantan. *Journal of World Science*, 474-484.
- Masda, P. G. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai di Kota Payakumbuh. *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Nanda Eka Pawitri, M. S. (2019). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio (Survei pada Pengguna Honda Mobilio di Karawang). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 5, No. 2.
- Ridwan Adetunji, S. R. (2019). The Mediating Effect of Brand Image on The Relationship between Social Media Advertising Content, Sales Promotion Content and Behavioral intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 302-330.
- Saputra, R. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Klanrock House Conpet, Jember. *E-Sospol*, 7-8.
- Shanliang Yao, H. Y. (2018). A Study of the Promotion Effect of Industrial Design on Product Innovation of Small and Medium-sized Manufacturing Enterprises. *Proceedings of the 2018 International Conference on Education Science and Economic Management*.
- Shinkant Krupasindhu, N. A. (2021). Product Innovation, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty of Using Smartphone Among University Students. *Indian Journal of Marketing*, 8.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan

- Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 38-51.
- Stanley, N. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Perempuan Yang Membeli Brand Zara di Grand Indonesia, Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3-10.
- Susanto. (2013). Pengaruh Promosi, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak, Semarang. *Jurnal Universitas Negeri Semarang*, 35-45.
- Tietho Adam, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Online Shop Mulan Hijab Semarang. *Universitas Diponegoro*.
- Dr. Minto Waluyo, I. M., & Mohammad Rachman W, S. M. (2020). *MUDAH CEPAT TEPAT DALAM APLIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELING (Edisi Revisi)*. Malang: Literasi Nusantara.
- Wiwini Inriani, S. S. (2022). The Influence of Promotion, Product Quality, and Brand Image towards customer purchase decision of Wardah cosmetic product. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 67-73.
- Wuryanti Kuncoro, H. A. (2021). Purchasing Decision Improvement Model through Brand Image, Religiosity, Brand Ambassador and Brand Awareness. *International Business Research center of Science and Education*, 42.

WEBSITE

- Dr. Minto Waluyo, I. M., & Mohammad Rachman W, S. M. (2020). *MUDAH CEPAT TEPAT DALAM APLIKASI STRUCTURAL EQUATION MODELING (Edisi Revisi)*. Malang: Literasi Nusantara.