

## DAFTAR PUSTAKA

- Aberdeen, Naufal., S.M., & Najib, M. 2016. "The Effect of Brand Awareness and Image on Consumer Perceived Quality and Purchase Intension –A Study Case of Carbonated Drink Brand at Bogor City". *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 6, Issue 8, pp. 441-446.
- Adinata, K.J dan Kerti, N.N. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 8, 2018: 4153-4180.
- Akbar, A. 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Anggraeni, R.F. (2020). *Pengaruh Faktorsosial, Persepsi nilai, Dan Kepuasan melalui niat beli dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk Skincare Di Surabaya* (Doctoral Dissertation , STIE Perbanas Surabaya).
- Annafik, A.F dan M. Rahardjo. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga. Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Membeli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Ss Cabang Kedungmundu Semarang). *Journal Of Management*. 1(2): 274-281
- Aryadhe, P., & Rastini, N.M. 2016. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang Di Pt Agung Toyota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.9.
- Aryadhe, Trisdayan, Alit Suryani, And Ida Bagussudiska. "Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif Terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Sidayana*, 73 (2018).
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Grup: Depok.
- Buyung, S., Mandey, S.L., & Sumaraw, J.S.B. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Volume 16 No. 04.
- Dharamdasani, D., & Sharma, M. (2017). Impact Of Brand Related Attributes On Consumer's Purchase Intention Towards Private Label Apparels Brands:

A Study About The Consumers Of Ahmedabad. *International Journal of Engineering and Management Research*, 7(1), 297–303.

Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasianalisis Multivariate Dengan SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, N.R., & Iskandar, D.A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol.4, No.3, Oktober 2019: 415 – 424.

Ismayanti, N.M.A., & Santika, I.W. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 10.

Ivan, S., & Sienatra, K.B. 2020. Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 5, Nomor 3.

Juliana, S & Sihombing, S.O. 2019. Pengaruh Penempatan Produk Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Membeli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 12 No. 1 Maret 2019 : 19-34.

Juliana, S. (2019). Pengaruh penempatan produk dan kesadaran merek terhadap niat beli. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12.

Keller, K. L. (2013). ‘*Strategic brand management.*’ Pearson. Pearson Education.

Keller, K.L. 2008. *Strategy Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Third edition. New Jersey: Pearson Education

Kotler P & Armstrong, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-13. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P & Kevin K L, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Krisdayanto, I., Haryono, A.T., & Gagah, E. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*. Vol. 4, No.4.

Kriswianti, Luluk. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Produk Pelembut Dan Pewangi Pakaian Merek

- Softener So Klin Twilight Sensation Series Di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 5, No.3.
- Muhtarom, A., Syairozi, M.I., & Rismayati, R.D. 2022. Analisis Citra Merek, Hargat, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, Vol. 16 No. 1.
- Nusarika, L.A.K., & Purnami, N.M. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8.
- Purnomo, T. 2018. Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Konsumen Herbalife Di Surabaya. *AGORA* Vol 6. No: 1, (2018) 1-7.
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal JOM FISI*.
- Resti, D. & Soesanto, H., 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati. *Diponegoro Journal Of Management* , 5(1), pp.1 - 12.
- Rohman, F., Abadi, Y.B., Soelton, M., Prasetyo, N., & Saratian, E.T (2020, February). The Effect Of Environmentally Friendly Paper Toward Purchasing Intention. In *4th International Conference On Management, Economics And Business (Icmeb 2019)* (Pp. 120-126). Atlantis Press.
- Severi, E., & Ling, K.C. (2013), "The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity". *Asian Social Science*, Vol. 9, No. 3 pp 125-137.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated marketing communications in advertising and promotion* (8th ed.). Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Suarjana, I.K., & Suprapti, N.W.S. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Zulganef. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Pt Refika Aditama: Bandung.

