

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. (2013). Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Agustina, Elsa Dwi (2020). “Pengaruh Life Style, Brand image dan Kuuitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Ngawi.
- Augusty Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen :Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bisri, B., & setianingrum, H. widasiwi. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Kantor Cabang Cinere). Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 5(1), 63–73. <https://doi.org/10.31294/MONETER.V5I1.3384>
- Dewi, Ayu Shinta. 2013. Pengaruh independensi, Kecakapan Profesional, Obyektifitas, Kompetensi, dan Pengalaman kerja Terhadap Kualitas Hasil Audit (Studi empiris pada pemerintah kota surakarta dan kabupaten Wonogiri). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univwesitas Muhammadiyah Surakarta
- Efferin Sujoko, Darmadji Hadi Stevanus, Tan Yuliawati, 2012. Metode Peneltian Akuntansi, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Farzin, M., & Fattahi, M. (2018). eWOM through social networking sites and impact on purchase intention and brand image in Iran. Journal of Advances in Management Research, 15(2), 161–183.
- Ferdinand. (2014). *Metode Peneltian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fransisca ,lisa prawesti, 2016. Faktor-faktor yang membentuk brand image iphone menurut persepsi konsumen.
- Ghristian ID, 2016,. Pengaruh harga diskon kualitas produk ,citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana levis di Surabaya
- Ghozali, I. (2011). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Arif, R. 2017. Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. e-Proceeding of Applied. Vol 3, No, 2. pp.480-486.
- Hussein, A.S. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Hair, J.F. Ringle, C.M & Sarstedt, M. (2011) PLS-SEM: indeed a silver bullet. Journal of Marketing Theory and Practice, vol. 19, no. 2 (spring 2011), pp. 139–151. © 2011 M.E. Sharpe, In <Http://data.worldbank.org/indicator/SH.MED.BEDS.ZS> Diakses pada 28 desember 2021
- Hermawan Kartajaya (2010:74) perjalanan pemikiran Konsep pemasaran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratam

- Kenneth dan Donald (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communication*. United kingdom: pearson
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Ii, B. A. B., & Ethnocentrism, C. (2016). Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *Jurnal.Radenfatah.Ac.Id*. Retrieved from Bab ii landasan teori 2.1. 14–31. Islamic, N. M.-I.-E. A. R. J. on, & 2017, undefined.
(n.d.)<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ieconomics/article/view/1480>
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Manullang dan Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka
- Maramis , sepong, & soegoto, pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air mando , (2018)
- Nurhasanah E, 2021. Pengaruh Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Pada Website Sophie Paris. *YUME : Journal of Management*. Volume 4 Issue 1 (2021) Pages 177 – 186. ISSN : 2614-851X
- Philip William J. Shultz (dalam buku Prof. Dr. H. Buchari Alma, "ManajemenPemasaran dan Pemasaran Jasa", cetakan-7, 2005, p130)
- Rinuastuti , 2019fri Dary Anandita,H. Rusdan, Baiq Handayani Rinuastuti , 2019.“ pengaruh celebrity endorse dan brand image terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsak SPECS di lingkungan karang taruna mataram
- Salim A et all, 2020. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Melalui Brand Equity Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Tiga Putra Malang)
- Saputra , 2017“Pengaruh threat emotion konsumen,Brand Trust dan brand image terhadap keputusan pembelian ponsel android samsung.
- Sedjati, R. S. (2018). "Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish."
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). WILEY.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV. <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing

Syahribulan & toding , 2019 “ Hubungan brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian online shop.

Xian, Gou Li, dkk. 2011. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*, (6)9: 1875 1879