

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2020). *Manajemen Ekuitas Merek*. Mitra Utama.
- Abdillah, Wi., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Andi.
- Apriari, R. (2021). *PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SHOPEE.CO.ID KOTA PEKANBARU* (Vol. 53, Issue February). UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- Fitiana, D. (2020). *Pengaruh iklan, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Top White Coffee pada masyarakat kelurahan gajah sakti kecamatan Mandau kabupaten Bengkalis*.
- Fitri Ardiani, M. (2020). *ENGARUH IKLAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN D'ANGEL*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (6th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management*. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. Pearson Prectise Hall.  
<https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Kottler, P., & Amstrong, G. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1). PT Indeks Gramedia.
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6810>
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Mutiara, S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Awarness dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Saus ABC (Studi Kasus Pada Supermarket Maju Bersama Kecamatan Medan Barat Kota Medan). In *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy.

*Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436.

Rizki, G. A., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 72. N.

Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Suluh Media.

Sugiyono. (2020). *Medote Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*.

Widianti, H. S., Winasis, C. L. R., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian : Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaram). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow ( Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang ). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.

Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 21–28.  
<https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.5885>