

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F., Lubis, N., & Listyorini, S. (n.d.). (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 5(1).
- Ambarwati, E. p. (2012). Analisis Pengaruh Resepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervenin (Studi Pada Konsumen Toyota Avanza Namoco Majapahit Kota Semarang), *Jurnal Manajemen Undip*.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa, *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 06(1), pp. 660-669*.
- Asaw. (2019). *Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli*. Retrieved from Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli: <https://mnjmnsumberdayamanusia.blogspot.com/2019/06/pengertian-kualitas-produk-menurut-para-ahli.html>.
- Budapest. (2017, Mei 29). *Pengertian keputusan pembelian menurut para ahli*. Retrieved from budapestmeetings: <http://www.budapestmeetings.com>.
- Danisejati. (2018, April 22). *Pengertian populasi dan sampel menurut para ahli*. Retrieved from adeletorn: <http://adeletorn.blogspot.com>
- Elindud. (2016). Penelitian . Asosiatif.
- Hestanto. (2018, Juni 23). Citra merek (brand image) menurut para ahli. Retrieved from hestanto: <https://www.hestanto.web.id>
- Igir, Friani Gloria, et. Al. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang), *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6(2)*.
- Idtesis.com*. (2018, Desember 3). Retrieved from idtesis.com: <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-citra-merek-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-citra-merek/>.

- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 7(1).
- Kurniawan, A. (2021, Februari 23). Pengertian kualitas, pelayanan, unsur produk, dan para ahli. Retrieved from gurupendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id>
- Musianto, L. S. (2009). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 04(2), pp. 123-136.
- Nurulaini, R. (n.d.). *Kompasiana*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/rosanana/5babb16dab12ae581b49867a/sejarah-perkembangan-teknologi-komunikasi-di-dunia>.
- Nurulaini, R. (2018, september 26). *Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi di Dunia*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/>.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Journal feb*, 16-23.
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya, *Jurnal Simbolika*, Vol. 4(1), pp. 62-72.
- Sari, D. P. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta), *Jurnal Penelitian Ekonomi Bisnis*, Vol. 3(2).
- Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang), *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu dan Call of Papers*.
- Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 3(2).
- Wicaksana, B. G., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Indonesia *Jurnal Ekonomi Paradigma*, Vol. 20(02), pp. 35-45.