

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah & Jogiyanto. (2011). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi Yogyakarta
- Alif, R. (2019). *Pengaruh Harga , Citra Merek dan Pemulihan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Medan
- Aprianto, R. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bnj Elektronik Kota Lubuklinggau*. Jagadhita : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 02(01), 41–63.
- Aprisal, Dede. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Great Store Clothing Samarinda)*. eJournal Administrasi Bisnis 5: 815-826
- Arm Armstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Englangga Pearson Education, Inc.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Buchory, A, & Saladin, D. (2018). *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. CV. Linda Karya: Bandung.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi IV. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Pasuruan: Qiara Media.
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*
- Garvin, David A in Tjiptono Tjandra. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali I. (2014). *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Edisi IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., dan Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Isa, Muzakar., Mardalis, Ahmad., dan Mangifera, Liana. (2018). *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. Daya Saing*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Vol.20, No.1.
- Keller, K.L. (1993). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*. Journal of Marketing, 57, 1-22.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity 14th Edision*. Pearson Education.
- Lin, Nan Hong. (2007). *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*. *Journal of International Management Studies*. Tatung University, Taiwan
- Kotler, Philip & Armstrong. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler & Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, P. dan Saifuddin, M. (2020). *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*. Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA), 3(2), 23–31.
- Mangifera, L; Isa, M; Wajdi, MF. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning*. Jurnal Manajemen Dayasaing, 2018, 20 (1)
- Mendrika, G. S., (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Oriflame*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Muharram, Wicky, and Soliha, Euis. (2017). *Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Purchasing Decisions of Honda Mobilio Consumers*. Proceedings of the Multi-Disciplinary National Seminar & Call For Papers UNISBANK, pp. 755- 762.
- Nusraningrum, Dewi, Pangestu PR., Alaydrus LL. (2019). *Web-Based Ticket's Purchase*. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*. ISSN: 2277-3878, Volume-8 Issue-2S. pp. 326-333.

- Owusu Alfred. (2013). *Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in The Kumasi Metropolis in Ghana a Comparative Study*. European Journal of Business and Management.
- Radita Herliza, M. E. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung*.e-Proceeding of Management, 3
- Rahmi, Delsi Tuttia, and Nizam, Ahmad. (2017). *The Effect of Brand Image on Intention to Purchase Airplane Tickets Online on Traveloka.com Consumers with Trust as Mediation Variables*. Scientific Journal of Management Economics Students, Vol. 2, No.3, pp. 70-85.
- Riley, D., Charlton, N. and Wason, H. (2015). “*The Impact of Brand Image Fit on Attitude towards a Brand Alliance*”, Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, Vol. 10, No. 4, pp. 270-283, DOI: 10.1515/mmcks-2015-0018.
- Salsabila Tisat Anisa, Muammar Taufiqi Lutfi Mustofa, Ahmad Ulil Albab Al Umar, Dessy Fitria, Yolanda Sryta Pradani, & Yuni Inawati. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GO-JEK MILLENIAL SALATIGA*. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 1(1), 9–16
- Setiawati, E. (2015). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang*. Jakarta: Seminar Nasional Multi Disiplin & Call For Papers.
- Septayuda, Irwan. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan Go-Jek di Kota Palembang*. Journal Management, Business and Accounting Vo. 17 No. 1. Hal. 25-34.
- Soltani, Morteza et all.(2016). *The effect of service quality on private brand image and purchase intention in the chain stores of ETKA*. Journal World Scientific News 47 (2), 202-216.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Syamsul, H., Modding, B., & Dewi, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Dessert pada By.Uwibama di Kota Makassar*.

- Tabachnick, B. G. dan Fidel, L. (2007). *Using Multivariate Statistic: International (5<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijaya, Bambang Sukma. (2013). *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. European Journal of Business and Management, Vol.05 (31). pp. 55-65. ISSN 2222-1905
- Yamin S dan Kurniawan H. (2011). *Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.