

## Daftar Pustaka

- Alfian, B. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman.
- B. Susanto, H. W. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Ungguk dan Organisasi*. Mizan.
- Contractor, S. (2016). BRAND IMAGE AND ITS IMPACT ON BUYING BEHAVIOR. *Abhinav International Monthly Refereed Journal of Research In*, 5, 9-13.
- Familmaleki, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2015). Analizing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 4, 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Indonesia, Trendtech. (2020, Juli 11). *Trendtech Indonesia*. Diambil kembali dari trendtech.id: <https://trendtech.id/tiktok-luncurkan-solusi-khusus-untuk-dukung-pertumbuhan-ukm/>
- Keller, L. K., & Kotler, P. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15 ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Money, T. (2020, Agustus). *blog.amartha.com*. Dipetik Mei 08, 2021, dari Berawal Coba-coba, Bisnis Najla Bisyr Jadi Pelopor Dessert Box di Indonesia: <https://blog.amartha.com/berawal-coba-coba-bisnis-najla-bisyr-jadi-pelopor-dessert-box-di-indonesia/>
- Neupane. (2015). *International Journal of Social Sciences and Management*, 2.
- Novianto, I. (2016). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (9 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Prihadi, B. (2019). Semantic Differential Sebagai Alat Ukur Respons Estetik Siswa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53, 9. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomis Bisnis*, 22, 48.
- Sholihat, A. (2018, April). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KREMA KOFFIE. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5, 5-6.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: Buku seru.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal Semarak: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 1, 4.
- Wiwi Kurnianingsih, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.NESTLE INDONESIA. *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS*, 7.