

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, Risky, Putu, I., Kusuma, Artha Agung, Gede, A.A. 2018. Peran Materialisme Memoderasi Persepsi Nilai dan Consumer Innovativeness terhadap Keputusan Pembelian (Studu pada Produk Iphone di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7 (3): 1510-1538.
- Arfan, et al. 2019. The Effect of Promotion, Price Perception and Product Quality on Purchasing Weaving Decisions on Consumers of Raki Weaving Assisted by Deli Serdang Cooperative Service. *International Journal of Research & Review*, 6 (7): 349-360.
- Astuti, Tri. 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada BRI Cabang Sleman). *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Bilgin, Yusuf. 2018. The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Journal BMIJ*, 6 (1): 128-148.
- Dhanabalan, T, Dr, et al. 2018. Factors Influencing Consumers' Car Purchasing Decision In Indian Automobile Industry. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9 (10): 53-63.
- Evelina, Nela., D.W, Handoyo., Listyorini, Sari. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*, 1-11.
- Fahrudin, Fajar, Muhammad., dan Yulianti, Emma. 2015. Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 5 (1): 149-162.
- Fajrianthi., dan Farrah, Zatul. 2005. Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Insan*, 7 (3): 276-2788.
- Fan, Qingji. 2019. Relationship Among China's Country Image, Corporate Image, and Brand Image (A Korean Consumer Perspective). *Journal of Contemporary Marketing Science*, 2 (1): 2516-3449.
- Fatmawati, Nurul., dan Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda

- Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10 (1): 1-20.
- Foster, Bob. 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Ammidis" (Case Study on Bintang Trading Company). *American Journal of Humanities and Social Sciences*, 2: 1-11.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hamonangan., Pradhanawati, Ari., Prabawani, Bulan. 2017. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa Laundry (Studi Kasus pada Konsumen Simply Fresh Laundry di Tembalang, Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*, 1-11.
- Hendratmoko, Suseno. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Rumah Makan "Rata-Rata" Yogyakarta). *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12 (2): 104-110.
- Hien, Ngoc, Nguyen, et al. 2020. The Effect Of Country-Of-Origin Image On Purchase Intention: The Mediating Role Of Brand Image And Brand Evaluation. *Management Science Letters*, 1205-1212.
- Kasmir. 2012. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kosasih., Nurulhuda, Soraya, Elly. 2019. Pengaruh Inflasi, Kurs Dollar AS, dan Suku Bunga (BI), terhadap Penentuan Harga Emas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (1): 71-94.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisiketigabelas. Jilid1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisikeduabelas. Erlangga, Jakarta
- Listyawati, Hastuti, Indri. 2014. Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2 (1): 37-52.

- Mar'ati, Choirul, Nafisa. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 4 (3): 1-12.
- Maupa, Haris. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI*, 16 (2): 135-168.
- Montolalu, Prisca., Raintung, C.H, Michael. 2018. Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek, dan Persepsi terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil Manado. *Jurnal EMBA*, 6 (3): 1808-1817.
- Muharam, Wifky., Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu&Call For Papers 3*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank. Semarang.
- Panwar, Diksha, et al. 2019. Consumer Decision Making Process Models and their Applications to Market Strategy. *International Management Review*, 15 (3): 36-44.
- Peter, P.J dan Olson, J.C. 2014. *Perilaku Konsumen&Strategi Pemasaran*, Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Ratri, Eka, Lutiary. 2007. Hubungan antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang. *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Rohwiyati, Praptiestrini. 2019. The Effect of Shopee E-Service Quality and Price Perception on Repurchase Intention, Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Indonesian Journal of Contemporary Management Research*, 1 (1): 47-54.
- Rusmiyati, Nyoman, Ni, et al. 2020. The Effect of Brand Image and Country of Origin on Consumer Buying Interest: Case Study on Yamaha NMAX Motorcycle in Denpasar City. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7 (3): 83-90.
- Sari, Kurnia, Lidia., Soliha, Euis. 2018. Kualitas Layanan, Persepsi Tingkat Suku Bunga dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah. *Prosiding Sendi_U*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank. Semarang.

- Setiawati, Elis., Tyas. 2015. Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung di Perumahan Villa Grang Tomang Tangerang. *Skripsi*. Universitas Stikubank Semarang.
- Simamora, Bilson. 2004. *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryanto, et al. 2019. Influence of Brand Image, Price and Promotion on Consumer's Buying Decision of Fast Moving Consumer's Goods With Culture As a Moderating Variable in Basmallah Retail Store in Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8 (3): 85-92.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Penerbit ALFABETA.
- Suhaily, Lily., Soelasih, Yasintha. 2018. How E-Service Quality, Experiential Marketing, and Price Perception to make Repurchase Intention on On-line Shopping?. *The International Journal of Business Management and Technology*, 2 (3): 10-20
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: Buku Seru
- Supangkat, Hangga, Aditya. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6 (9): 1-19.
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani. 2013. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Jakarta.
- Tajudin, Hanura, Makhdaleva., Mulazid, Sofyan, Ade. 2017. Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8 (1): 19-46.
- Tambunan, Monang., Inggrita, Nasution. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi Kasus Etnis Cina). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1 (3).
- Tanjung, Christian, et al. 2018. Analysis of Price Perception, Promotion, and Trust toward Decision Purchase on Online Site Tokopedia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 3 (12): 386-389.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta.
- Vallery., Novita , Happy., Sary, Sufika. 2020. Effect Of Price, Service Quality And Promotion On Customer Satisfaction (GRAB). *Jurnal MANTIK*, 3 (4): 723-742.
- Waluya, Insan, Aris, et al. 2019. How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Jurnal Services, Economics and Management*, 10 (2): 177-193.
- Wijaya, H.P, Mohamad. 2013. Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1 (4): 105-114.
- Yolan, Soneta. 2018. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang. *Skripsi*. STKIP PGRI Sumatera Barat.