

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin., & Saebani, B, A. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ago, G., Suharno., Mintarti, S., & Hariyadi, S. (2015). *Effect of Quality Product Perception, Trust, and Brand Image on Generic Drug Buying Decision and Customer Satisfaction of Hospital Patients in East Kalimantan*. Universitas Mulawarman: Samarinda.
- Ahmad. (2015). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Yogyakarta: Gava Media
- Amron. (2017). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars*. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Amron. (2018). *Effects of Product Quality, Price, and Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product*. Universitas Dian Nuswantoro: Semarang.
- Chinaka, N, E. (2016). *Factor that influence consumer purchasing behavior in Nigeria. The International Journal of Business & Management*. Imo State University: Nigeria.
- Fiani, M., & Japariato, E. (2012). *Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*. Universitas Kristen Petra: Surabaya.
- Habibah, U., & Sumiat. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol, 1, (1). 31 – 48*. Surabaya: Universitas 17 agustus 1945 Surabaya
- Hendra., & Lusiah. (2017). *Impact of Brand Image, Product Quality and Self-Efficiency on Purchase Decisions on Private Label Rights Products. An Empirical Study*. STIE IBBI: Medan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management. 15th edition*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller. (2014). *Marketing management. 14th edition*. Boston: Pearson Education.

Iswanto, R. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin*. Universitas Ciputra: Bandung.

Lestari, D, A. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Adidas di Paris Van Java Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.

Londre, L. S. (2016). *Several Concepts, Terms and Useful Definitions Help Explain and Aid in the Understanding of Marketing and Related Activities, including Marketing Concepts, Marketing Objectives, Strategies and Tactics, Marketing Mix (4P's), and the Nine P's (9P's) of Marketing*. Los Angeles: Londre Marketing Consultants, LLC.

Manorek, S. L. (2016). *The Influence of Brand Image, advertising, Perceied Price toward Customer Purchase iNtention (Case Study : Samsung Smartphone)*. 16(1), 661-670. Manado: Universitas Sam Ratulangi

Musay, F, P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Kawi Malang)*. Malang: Universitas Brawijaya.

Nugroho, P, A. (2016). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Note Book Asus (Survei Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo)*. Universitas Muhammadiyah Purworejo: Purworejo.

Ritarama. (2013). *Analysis Perceived Quality, Brand Imageand Perceived Value on Buying Interest and Implications for Purchasing Decisions (Case Study on Singtel Card in Malaysia)*.

Roman, G, J, A. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian di The Body Shop (Mall Paris Van Java Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom.

Sarwono, J. (2013). *Strategi Melakukan Research: Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. Yogyakarta: ANDI.

Setiawati., Elis., & Anggarani, T. (2015). *Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Televisi Samsung di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 2 No. 1*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

Sinulingga, P, C. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Macbook Pro (Studi Pada Konsumen Bandung Utara)*. Bandung: Universitas Telkom.

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sopiah & Sangadji, E, M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- 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. Iran: University of Tehran.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, M, R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall
- Sujarweni, V, Wiratna. (2015). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamasari, Rio. (2014). *Pengaruh Brand Image dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Bubuk Kiniko di Batusangkar*. Universitas Negeri Padang: Padang.

Tekin, G., Yiltay, S., & Ayaz, E. (2016). *The Effect Of Brand Image On Consumer Behaviour : Case Study Of Louiss Vuitton-Moet Hennessy*, 2(2), 1–24. Turkey: Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

Widawati, H, F. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Bandung*. Bandung: Universitas Telkom

Wulandari, D, A. (2017). *Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung)*. Bandung: Universitas Telkom

www.topbrand-award.com

<https://marketeers.com>3q1

www.ultrajaya.co.id

data.jabarprov.go.id

<https://bandung.kompas.com>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/18/penduduk-indonesia-2010-2014>

<http://herosupermarket.co.id>

<https://marketeers.com>

<https://sumatra.bisnis.com>

<https://www.cnbcindonesia.com>

<https://www.klikdokter.com>

<https://fapet.ub.ac.id/wp-content/uploads/2013/04/Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Keputusan-Konsumen-Dalam-Membeli-Produk-Susu-Ultra-High-Temperatur.pdf>

<http://www.sendokgarpu.com/index.php/articles/news/1392-Temukan-Berbagai-Macam-Manfaat-Susu-Di-Ultra-Milk-Wonder-World>

<https://marketchunk.wordpress.com/2015/11/05/equity-valuation-pt-ultrajaya-milk-industry-trading-company-tbk-ultj/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Cekungan_Bandung#:~:text=Cekungan%20Bandung%20atau%20disebut%20juga,di%20Provinsi%20Jawa%20Barat%2C%20Indonesia.

Undang-Undang Merek (UU No.19 Tahun 1992)

www.ultrajaya.co.id