

REFERENCE

- Amron, A. (2017). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars.
- Aprilia, T. L. (2017). Pengaruh Brand Image Produk Apple Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Komunitas Instamarinda.
- Aridanu, K. N. (2017). *Statistik Parametrik Penelitian Pendidikan*. Palembang: Pearson Education, Inc.
- Armanto, I. D. (2018). PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1282-1309. doi:https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p06
- Basuki, A. T. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Basuki, S. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Basuki, T. A. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi dengan SPSS dan EvIEWS)*. Yogyakarta: PT Rajagrafindo.
- Bayu, A. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kuantitatif pada Komunitas Xiaomi di halaman Facebook Mi Indonesia).
- Chaniago, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan PT.Telkom Terhadap Kepuasan Pelanggan SpeedyDi Kota Palangkaraya. *jurnalopenlibrary*.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24. *Badan Penerbit Universitas Diponogero*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, N. (2018). Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Image Di Indonesia untuk generasi Y pengguna Telkomsel. *Jurnal Openlibrary*.
- Imam, G. (Semarang). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. 2016: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indra Kurniawan, Z. W. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Kota Palembang. *ejournal.unsri*, 4019.
- Lusiah, H. d. (2017). Impact of Brand Image, Product Quality and Self-Efficiency on Purchase Decisions on Private Label Rights Products. *Empirical Study*.
- M.Sc., I. O. (2016). The influence of brand image and promotional mix on consumer buying decision- a study of beverage consumers in Lagos State. *European Centre for Research Training and Development*.
- Malhotra, N. K. (2016). *Riset Pemasaran (Marketing Research)*. New Jersey. Indonesia: PT. Indeks.
- P.D, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Prawoto. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Putra, S. W. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Proses Keputusan Pembelian Zara di Kota Bandung. *Openlibrary*.
- Semadi, I. P. (2018). Pengaruh Brand Experience ,Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Tcash. *Jurnal openlibrary*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sumarwan, U. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bandung: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian, Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

