

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2013). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. New York: Psychology Press.
- Annisa Nuraini, Retno Hartati, Sri Rejeki Ekasasi, Hari Nurweni.(2023). "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di kalangan Pemuda Yogyakarta dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi". *CAKRAWANGSA BISNIS* Vol. 4, No.1:11-25
- Arifin, Z. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol, 40(1)*.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021a). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10.
- Elita Tanujaya Julianto. (2022) "Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi". *EBISMEN*, Vol.1, No.4 Desember
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fatma A. Kuengo, Hapsawati Taan, Djoko Lesmana Radji. (2022) "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio". *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS JAMBURA*: Vol 5. No 1. 2022
- Ferdinand, A.T. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (E. R. Fadillah (ed.); I, Issue December). Yogyakarta: DEEPUBLISH.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Vol. 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Universitas Diponegoro Semarang.
- Guntur, Effendi M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran Membangun Citra Negara*. Jakarta : Sagung Seto.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing. PT Media Pressindo*, Yogyakarta
- Hesti Noor Fatimah, Andri Nurtantiono. (2022). “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Sinar Manajemen* Volume 09, Nomor 01, Maret 2022
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018a). *Principles of Marketing (17e ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018b). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 (A. Maulana & H. Wibi (eds.); 13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran jilid I & II*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok. Gramedia
- Laura Theodora Loviga , Mohamad Trio Febriyantoro. (2023). “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

PEMBELIAN PRODUK ERIGO”. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* Vol. 3 No. 1 Januari - April 2023

- Michael Aditya Kuniawan P, Agung Budiarmo. (2023). “PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOYOTA RUSH MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. IV
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(2), 60–60.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Peter, J. P. dan J.C. Olson. 2012. Edisi 9. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Prabowo, et al. 2020. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas. *Jurnal Majalah Ilmiah Solusi*. Vol. 18, No. 4.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rahima, P. (2018). Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra). *Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*.
- Romi Suhendra, Satria Mirsya Affandy Nasution. (2023). “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Salman (Sosial dan Manajemen)* Vol. 4 No. 2 2023 hal 138- 155
- Sahrub, S. M. P. (2018). *Pemakaian Fashion bagi Indonesia Sneakers Team Surabaya (Studi Gaya Hidup pada Komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya)*. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/75373>
- Sangadji Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen edisi 7*. Jakarta: Prentice Hall.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior (Twelfth Ed)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sekaran, U., & Boogie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian (Edisi 6)*. Jakarta: Salemba Empat.

- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Yogyakarta: Yogyakarta Pustaka Baru.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supriyati. 2012. *Metode Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Labkat Press UNIKOM. Bandung.
- Tiyasherlinda, et al. 2022. Citra Merek dan Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Magelang. *Jurnal Sinar Manajemen*. Vol. 09, No. 02.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Ummu Habibah, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Hal, 31–48.
- Warno, W., & Rahmawan, G. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Sepatu Lokal Aerostreet. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 2(2), 55–67.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat-Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN