

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, A. (2017). Ilmu Gizi Dilengkapi dengan Standar Penilaian Status Gizi Dan Daftar Komposisi Bahan Makanan. Yogyakarta : Nuha Medika.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Yogyakarta : Deepublish CV. Budi Utama.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2012). Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistika Inferensial). Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kotler dan Keller. (2018). Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler & Keller. (2020). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, Ronny. (2007). Metode Penelitian untuk penulisan Skripsi dan Tesis, edisi revisi. Jakarta : penerbit PPM.
- Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Manullang, M dan Hutabarat, E. (2018). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75-87.
- Pratiwi, H., Sinaga, K., Wulandari, S. E., Riyadh, M. I., Andriani, L., & Ginting, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Masyarakat Medan Marelan. *Media Bina Ilmiah*, 16(7), 7197-7116.
- Priansa, Donni. Juni. (2018). Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Firsada, Muhammad Agung.
- Priyatno, D. (2018). SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).

- Qohhar, D., & GS, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Kopi 2in1 Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1-8.
- Ramadhani F dan Prabawani B. (2019). Pengaruh Threat Emotion Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Tropicana Slim Di Kota Semarang. Semarang : *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Riyanto. A (2018). Implikasi Kualitas Pelayanan. *Ecodemica*, 2(1).
- Riyanto, Setyo. (2018). Pengambilan Keputusan Strategis Berbasis EFAS, IFAS, SFAS dan AHP. Bandung : *Paramedia Komunikatama*.
- Sari, L. N. I., Hidayati, N., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Product Quality, Brand Image, Dan Celebrity Endorsment Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Ghealsy Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudjana, N. (2017). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- Sugara, A. & Dewantara, Y.R. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *EJurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8-15.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Diana. (2018). *PEMASARAN*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Warnadi dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijaya, T. (2018), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom. *Jurnal Computech dan Bisnis*. Vol.11, No.1 : 47-58.
- Yamit, Zulian. 2017. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Penerbit : Ekonisia. Yogyakarta.