

## DAFTAR REFRENSI

- Aprilliani, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ace Hardware Grand Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(2), 284–290. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i2.463>
- Carvalho, H. D. F., Saldanha, E. D. S., & Amaral, A. M. (2020). The Mediation Effects of Customer Satisfaction on the Relations Between Product Price, Service Quality and Purchasing Decision. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2(1), 14–26. <https://doi.org/10.51703/bm.v2i2.18>
- Ghozali, I. (2016a). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam *IBM SPSS21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program *IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gustiawati, S. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Watchout Di Giant Dept Store Bintaro. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 67–76.
- Idrus, A., & Arif, M. '. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dimediasi citra merek di mr. Diy anindhyta budiarti sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (stiesia) surabaya.
- Janie, A. D. N. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss.
- Kanya, N., & Adilla, F. (2022). The Influence of Beauty Vloggers and Product Quality on Purchase Decision. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 197–208. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1839>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Prinsip- Prinsip Pemasaran (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Goodman, M., Brady, M., & Hasen, T. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Person Education Limited.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education,inc.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Kristanto, & Brahmana, K. M. R. (2017). Pengaruh Product Placement Pada Film Indonesia Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Masyarakat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 20–26. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.10.1.20-26>
- Ningsih, I. W., & Ratnawati, R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Palugada Furniture Di Kota Bandung. 213–221. <https://doi.org/10.32897/sobat3.2021.19>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugianto, L. O., Ardiana, E., & Wardhani, D. P. (2022). the Effect of Brand Image and Product Quality on Consumer Purchase Decisions IKEA. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 55–63.
- Sugiyono, P.D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono, P.D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabet.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. (4th ed.). Andi Offset.
- Wiratama, B., & Oktini, D. R. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Furnitur PT. Chitose Internasional Tbk. *Prosiding Manajemen*, 458–462.