

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, dan Hastuti, Y. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 1, Hal. 21–30.
- Andari, P. S. (2020). "Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY)". *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 16, Hal. 35–52.
- Apriani, S., dan Bahrin, K. (2021). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline". *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, Vol. 2, Hal. 14–25.
- Ariesti, F. (2021). "Pengaruh Brand Image, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Bareleng Niaga Jaya". *Skripsi*. Batam: Universitas Putera Batam. Didapatkan: <http://repository.upbatam.ac.id/993/> [11 November 2022]
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiono, A. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian". *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonom*, Vol. 17, No. 02, Hal. 1–15.
- Firdaus, G. (2020). "Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pengguna Kartu Perdana Simpati Di Kecamatan Samarinda". *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda*, Hal. 1–14.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*. IBM SPSS 23.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. London: Pearson Prentice Hall.
- Handoko, B. (2017). "Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan". *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 18, No. 1, Hal. 89–100.
- Heryanto, Agustinus Yanuar Budhi, Ahmad Rojikun dan Fery Hernaningsih. (2021). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan PT. Propan Raya)". *Jurnal ECo-Buss*, Vol. 4, No. 23, Hal. 46–57.
- L'oreal Group. (2022). *Maybelline*. L'oreal Indonesia. Didapatkan: <https://www.loreal.com/id-id/indonesia/> [1 November 2022]
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Philip, Kotler, and Keller. L. K. (2016). *Marketing Manajemen*. Pearson Prentice Hall, Inc: New Jersey.

- Pratama, A., dan Realize. (2020). "Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa". *Jurnal Ilmiah Simantek*, Vol. 4, No. 1, Hal. 31–41.
- Rahayu, Sri, dan Maulana H. K. (2021). "Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada pelanggan kfc cabang baturaja)". *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, Hal. 128–147.
- Razak, I. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 7, No. 2, Hal. 7–8.
- Rizky, M., dan Hasbi, I. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Indihome Di Kota Bandung)". *Jurnal E-Proceeding of Management*, Vol. 8, No. 5, Hal. 6225–6234.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Yuntawati Kristin dan Ginanjar Indra K. N. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, Hal. 137.
- Tentama, Fatwa, dan Subardjo. (2018). "Pengujian Validitas dan Reliabilitas Konstruk pada Organizational Citizenship Behavior". *Jurnal Humanitas*, Vol. 15, No. 1, Hal. 62.
- Tjiptono, Fandy. (2013). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Brand Management anda Strategy*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Top brand award. (2022). "Top Brand Index". Komparasi Brand Index. Didapatkan: https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=291 [1 November 2022]
- Windari, Cece Rakhmat dan H. Ari Arisman. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Tasikmalaya (Survei pada pelanggan Waroeng Kopi Lawas Tasikmalaya 2019)". *Jurnal Hexagro*, Vol. 3, No. 1, Hal. 7–14.
- Yenson, Felix, Tandy Sanjaya dan Viviana, W. F. W. (2022). "Pengaruh Brand

Image, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT Capella Dinamik Nusantara". *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, Vol. 4, No. 1, Hal. 46-47.