

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker,david a.,(2008),*brand leadership,the fee press*,New York.
- Achmad,m.,&Anindhya.(2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Citra Merek di Mr DIY: Jurnal ilmu dan riset manajemen.Vol,11,No.6
- Aditya,I.A.(2022). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen studi kasus variabel *green marketing* dan *brand ambassador* UMKM ngudi rejeki kelorida.Vol.4.No.2.
- Agussalim,m.,&Hapzi,a.(2017). Model kepusan pelanggan: Analisis kualitas produk dan kualitas layanan terhadap citra merek pada giant citra raya Jakarta: Jurnal manajemen.Vol.XXI.No.3.
- Amo,s.,&Fajar.(2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian janji jiwa coffee citra raya: jurnal papatung.Vol.4.No.2.
- Anizir.,& R.(2017). Pengaruh *social media marketing* terhadap *brand image* perguruan swasta di Kota Serang: Jurnal sains manajemen.Vol.3.No2.
- Apriliani,M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicia Angelista dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening di Kab.Pasaman Barat,(Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia YPTK).
- Arthasari, D. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Citra Merek. Universitas Semarang.
- Begum,v. (2015). Uae consumer rejoinder towards mc donald's sales promotion strategy in dubai: Procedia-social and behavioral sciences
- Bougi,a.Raya. (2021). Pengaruh strategi *green marketing* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian dan minat merefensikan rumah pada puri camar liwas PT. Camar sapta ganda: Jurnal berkala ilmiah efisiensi,16(4),488-500.
- Didik,u.,&Edy.(2022). Pengaruh *social media marketing* terhadap kesadaran merek, citra merek dan kepuasan konsumen: Jurnal administrasi bisnis.Vol.16.No.1
- Donny,r.(2019). Pengaruh iklan online dan kualitas layanan Tokopedia.com terhadap citra merek pada masyarakat kota padang; EcoGen.Vol.2.No.1.

- Edi.,& M,Fuad.(2020). Pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta; Manajemen pemasaran.Vol.9.No.2.
- Fahmi,i. (2016). Perilaku konsumen teori dan aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Gifani,a.,& Syahputra.(2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa Universitas Telkom.Vol.10.No.2
- Gunelius,s.(2011a). *30-minute social media marketing*. The mcgraw-hill. United state.
- Gunelius,,H (2018). *Social media marketing: Emerging concepts and applications*. In *Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications*. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-5323-8>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Ed. 2). United States of America: SAGE Publications, Inc.
- Henny,w.Putri,d,c.,&Fenriko,m.(2023). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Media Sosial Instagram 3Second:Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah.Vol.5.No.3.
- Katz,e.,gurevitch,m.,&has,h. *on the use of the mass media for important things*. *American sociological review* 38(2),164-181.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P, Bowen, J.T & Makens, J. (2014). *Marketing For Hospitality And Tourism: Sixth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & K. L. K. (2009) *Manajemen Pemasaran* Terjemahan. 13 Ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler,P,Keller.(2016) *Marketing management*. New jersey: Perason pretice hall, inc
- Kotler,phillip: keller,k. (2016). *Marketing management (15th editi)*: New Jersey : Perason pretice hal,inc.
- Leo,g.,&Eka. (2018). Peran *brand image* memediasi pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian: E-jurnal manajemen Unud.Vol.7.No.9.

- Lestari, F., D. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cadbury (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Negeri Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta
- Lupiyoadi, (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Maddiansyah,a.(2020). *Analisisd of purchasing decisions based on sales promotionand service quality*. Jurnal ilmiah ilmu administrasi public,10(1),85
- Meatry,k.Agung.(2018). Pengaruh *social media marketing,brand awareness* terhadap pembelian lipstick wardah (survey pada mahasiswi program studi manajemen Universitas perjuangan Tasikmalaya): Jurnal cendekia ilmiah.Vol.1.No.6.
- Mutiara,f.,&Yulia,n.(2022). *The influence of social media marketing and price on purchase decisions through brand image is an intervening variabel (Samsung smartphone):BIRCI-journal*, Vol.5.NO.3.
- Nurmin,a.,&B,Dewi.(2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan distribusi terhadap keputusan pembelian: Jurnal disrupsi bisnis.Vol.4.No.2
- Nurul.(2020). Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar: Jurnal keuangan,ekonomi dan bisnis.Vol.2.No.1.
- Permatasari, A. M. (2017). Pengaruh Perception of Green Product, Brand Personality dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi Empiris yang Dilakukan PAda Konsumen Produk Naava Green Cabang Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pradnyana,p,b.,&Suryanata.(2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap *brand image grab* dengan kepuasan konsumen:E-jurnal manajemen.Vol.10.No.1
- Pratiwi.& Rsi,r.(2022). Peran *brand image* dalam memediasi hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian: E-jurnal manajemen.Vol.11.No.1.
- Puspita.G.P.(2020). Pengaruh *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada givanda store Denpasar: Jurnal emas. Vol.2.No.2.
- Ratnasari R. T. dan M. H. Aksa. 2011. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Bogor.

- Schiffman.K.(2018). Analisis citra merek,harga produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada seluruh gerai seluler di it center Manado. Jurnal riset ekonomi,manajemen,busnus dan akuntansi,6(4),2288-2297.
- Sekaran, Uma. 2017. *Metodologi Penelitian Untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shatya,k,g,Bayu.(2020). Peran brand image memediasi social media marketing terhadap keputusan pembelian: E-jurnal manajemen. Vol.9. No.3
- Silvy.A.,&C. (2021). Pengaruh *social media marketing* terhadap *brand image* Mypangandaran tour and travel: Jurnal ilmu manajemen vol.9.No3.
- Solis,b. (2010). *Engage : the complete guide for brands and business to build,cultivative, and measure success in the new web*. New jersey: wiley
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Bandung: Alfabeta.
- Sungadji dan sopiah, (2013), perilaku konsumen, cetakan pertama.Yogyakarta: CV. Andi offset.
- Suyonto, D. (2012). Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen. Yogyakarta: CAPS
- Teguh Afwan, Soryono.(2019). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening :Diponegoro journal of management, Vol.8.NO.1.
- Tjahjaningsih, (2015). Manajemen pemasaran tinjauan teoritis serta riset pemasaran tinjauan teoritis serta riset pemasaran. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Tjiptono. (2015). Strategi pemasaran. Edisi iii. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Tonibun.S.S,W(2021). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek pada penjualan kendaraan bermotor roda empat;journal of management and bussines, Vol.2.NO.2
- Trattne, K. J. 2013. *Distinguishing Between Pulsed And Continuous Reconnection At The Dayside Magnetopause. Geophysical Research*
- Wang, Richard Y., and Diane M. Strong. 2015. *Beyond Accuracy: What Data Quality Means to Data Consumers. Journal of Management Information System*, Vol. 12, No. 4, pp:5-34.

Wibowo,lili dan donni priansa. (2017). Manajemen komunikasi dan pemasaran,
Bandung: alfabeta