

DAFTAR PUSTKA

- Arma ,(2006) /*bauran pemasaran* / Jakarta .(CV. PUSTAKA SETIA).
- Arikunto , 2006 /*metode penelitian* /Jakarta: indeks
- Dharmesta ,& irawan (2005) ,*bauran pemasaran* .edisi pertama , yogyakarta
BPE UGM
- Durianto ,sugianto , & sitinja (2003) / *citra merek* / yokjakarta ; liberty.190
- Endah budiawarti , (2017) ./*pengaruh brand image , presepsi harga ,dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian es teh Indonesia di semolo/unversitas Surabaya.*
- Juliansyah nor .(2017),/*metediologi penelitian skripsi , tesis ,disertasi , dan karya ilmiah* (Jakarta: kencana) . hal 6.
- Kolter /(2001) *keputusan pembelian dalam pemasaran* /jilid 1 edisi kesebelas
- Kolter , Philip & galry Almstrong , 2014 . *principle of marketing , 15th edition*
new jersey : person prentice hall.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2011). *10th Edition. "Marketing An Introduction"*. Indonesia:Perason.

- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi. 13. Jilid 1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1&2 Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Koubaa, Y. (2008). country of origin, brand image perception, and brand image structure. *Asia pacific journal of marketing and logistics*, vol. 20, no. 2, pp. 139-155.
- Levy, M., & Barton, W. (2007). *Retailing Management*. New York: Mcgraw-Hill: International Edition.
- Nur fitri / *pengaruh brand image , harga , dan lokasi terhadap keputusan pembelian di es teh poci di andi kambo kota palopo / (univesitas andi djemana kota palopo)*.
- Prisca dwi ratna sari (2021). *Pengaruh brand image, harga , dan kualitas layanan terhadap minat beli produk fashions secara online di Jakarta (studi kasus pada situs belanja online di Jakarta online, zalora Jakarta)./ universitas pembangunan nasional veteran Jakarta .*
- Peter , j . paul jerry c.olson konsumen behaviour .(2020 / *perilaku konsumen dan strategi pemasaran . jilid 2 edisi 4 . diterjemahkan leh dhamos saming . Jakarta : erlangga .*

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*.

Integrated Marketing. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Serta pengukurannya.

Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 No. 3, Mei 2010 Diakses Tanggal 13 Maret 2012.

Ramadhan Yanuar (2017). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia di Surabaya* (Skripsi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior 7th Edition*. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.

Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa. *Mbr (Management And Business Review)*, 4(1), 52-59. Diambil Kembali Dari <https://doi.org/10.21067/Mbr.V4i1.4629>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* hal.116.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* hal 96.

Sugiyono .(2014). *metode penelitian skripsi , tesis , disertasi dan karya tulis ilmiah*. Hal 92 .

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3 ed.). Yogyakarta: ANDI.

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNISMUH*, Vol. 5, 279-287.

