

## Daftar Pustaka

- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(6), 473–483. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1825>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arikunto, P. D. S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Dariana, L. & V. sanjaya. (2022). *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Produk Sepatu Merek Converse)*. VII(I), 118–134.
- Iskuntianti, N. D., Faisal, M. A., Naimah, J., & Sanjaya, V. F. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 436–448. <https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>
- Juliana, K. E., Luh, N., Sayang, W., Putu, G., & Jana, A. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT*. 5(1), 1–8.
- Kusumaning, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BKAD Kecamatan Badas). *Manajemen*.
- meida. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas. *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS TAPIS DI RAHAYU TAPIS LAMPUNG Evi*, 8.
- Nur'aeni, S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT THE EFFECT OF QUALITY, BRAND IMAGE AND PRODUCT DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF HONDA BEAT MOTORCYCLES Abstrak Sepeda motor adalah salah satu*. 11(September 2021), 73–86.
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR Matic HONDA BeAT ( STUDI PADA WARGA PERUMAHAN PESONA PERMATA UNGU KRIAN SIDOARJO ) Pada era mobilitas yang tinggi persaingan sangat ketat sehingga masyarakat perlu menerapkan sist*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554–1563.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (M. Dr. Ir. Sutopo. Spd (ed.)). ALFABETA.
- Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67.  
<https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Syamsurizal, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chiken Kota Bima. *Jurnal Brand*, 2 No. 2(2), 177–183.
- Wawan, A. (2019). *ANALISIS PENAGRUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE MATIC HONDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 948(6).