

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. R., Erlangga, H., Jasmani, Oktarini, R., & Yusuf, A. (2021). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PAMULANG. . . Jurnal Ilmiah PERKUSI, 1(1), 94–100. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i1.9986>
- Asnawi, A., & Huwae, J. (2021). Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Ambon. Jurnal Masohi, 2(1), 1–22. <https://journal.fdi.or.id/index.php/jmas/article/view/392>
- Azizah, A. (2016). Pengaruh Brand Image dan Sense of Community Terhadap Brand Love Pada Industri Otomotif di Indonesia. Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK) , 1(1), 28–37. <http://seminar.bsi.ac.id/simnasiptek/index.php/simnasiptek-2016/article/view/103/104>
- Bastio, B. S., & Jamiat, N. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU CONVERSE PADA MAHASISWA DI KOTA BANDUNG. EProceedings of Management, 7(3), 6241–6253. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13988/13728>
- Djauhar, A., Tovan, & Suharli. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN MOROWALI. Sultra Journal Of Economic And Business, 2(2), 69–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol2.Iss2.168>
- Foster, B. (2016). Impact of brand image on purchasing decision on mineral water product “Amidis”(Case study on bintang trading company). American Research Journal of Humanities and Social Sciences, 2(1), 37–43. <https://doi.org/DOI:10.21694/2378-7031.16023>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2(1). <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah>
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.
- Mansyur, M., Asiyah, S., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Jurusan Manajemen Angkatan 2018). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11(01), 87–100. www.fe.unisma.ac.id

- Murtaza, Z., & Bambang. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Purchase Decision Kopi Spesial Arabica UD. Kupu Pantan Raya Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 341–355. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/jpkpk.v5i3.19111>
- Nurjaya, Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmin. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 291–296. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i2.11044>
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16–23. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Rahayu, D. M. (2020). THE EFFECT OF e-WOM AND BRAND LOVE ON THE PURCHASING DECISIONS IN ONLINE SHOPPING. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 8(2), 57–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.46961/jip.v8i2.159>
- Rahman, M., & Suhayani, N. (2020). Analisis Differensiasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sepeda Motor Merek Yamaha Mio di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 227–236. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i2.2195>
- Riorini, S. V. (2017). Peran Brand Loyalty Sebagai Mediator Antara Brand Love Dan Brand Trust Konsumenusaha Jasa Perjalanan Wisata. *Jurnal Manajemen*, 21(1), 55–70. <https://marketing.co.id>
- Tiara, S. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Nature Republic Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 789–807. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/42098>
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 789–807. <https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>