

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D., & A.L., B. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates Inc. Hillsdale..
- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 3(2), 186-196
- 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>
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa*.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Raja Grafindo.
- DataIndonesia.id. “Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 5,33% pada Kuartal I/2023.” <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>
- DataIndonesia.id. “Penjualan Es Krim di Indonesia Capai Rp15,86 triliun pada 2022.” <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/penjualan-es-krim-di-indonesia-capai-rp1586-triliun-pada-2022>
- Fatlahah, A. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall’s Magnum*.
- Fraenkel, J. & Wallen, N. (1993). *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (Edisi 9). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardana, Ali, Jafar Nasution, Dan Arti Damisa. 2022. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Pt. Bsi Cabang Padangsidempuan.”

Kemenperin.go.id. "Kontribusi industri makanan dan minuman tembus 37,77 persen".
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>

Kotler, & Amstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt. Indeks..

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Bahasa Indonesia Jilid 2). Jakarta: Erlangga..

Kotler, P., & Kevin, L. K. (2012). *Marketing Management* (Edisi 14e). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.

Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen* (Jilid 2 Manajemen Pemasaran). Jakarta: Erlangga. Nurlaila, N., & Nainggolan, W. N. (N.D.). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan*.

Najar Azhari, Khafiz, dan Husnurrofiq. 2022. "Analisis Kualitas produk Dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian Es Krim Walls Di PT Berkat Rukun Banjarmasin."

Nugraheni, Merlita. (2016). Analisis Brand image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Wonosobo. Skripsi. Yogyakarta.

Nurlaila, Nopi, Dan Winda Nadya Nainggolan. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan."

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>

Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>

Rijswijk, W. V. (2006). Consumer Perceptions Of Food Quality And Safety And Their Relation To Traceability. *Jurnal Of Marketing British Food Journal*, (110),1034–1046.

Schiffman, L. G., & L.L, K. (2008). *Consumer Behaviour* (Eight Edition). Prantice Hall. New Jersey.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasarsn*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

- Siburian, P. S., & Za, S. Z. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. 13.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno. (2010). *Marketing In Practice* (Edisi Pertama). Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Supangkat, A. H. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. 6. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1-19
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74-85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (N.D.). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating*. *Journal Of Business Studies*, 4(1), 41-53
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Syariful Anam, Muhamad, Nadila Dian Luthfita, Tara Ayu Anindita, Dan Rina Rosia. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand And Body Lotion Merek Citra." 4 No 1:120–36.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Andi Offset. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Jasa* (Edisi Keempat). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- TopBrand-Award.com. "Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap." https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2019&tbi_index=top-brand-for-kids&type=subcategory&tbi_find=Es%20krim.
- Weenas, J. R. S. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*.
- Wulandari, Rizky Desty, Dan Donant Alananto Iskandar. 2018. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 3(1):11–18. Doi: 10.36226/Jrmb.V3i1.81.

Xuemei, B., & Moutinho, L. (2011). *The Role Of Brand Image, Product Involvement, And Knowledge In Explaining Consumer Purchase Brhavior Of Counterfeits*. 45. *Www.Sciencedirect.Com* (45), 191-216

Zsofia, K., & Sarah, T. (2003). *The Use Of Price In The Purchase Decision*. *Journal Of Empirical Generalisations In Marketing Science*. (8), 1-21