

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, N., & Magnadi, R. H. (2018). Analisis Pengaruh Desain Produk, Perceived Value, Dan Promosi Terhadap Citra Merek Sepatu Nike (Studi pada Konsumen Sepatu Nike di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 613-623.
- Adz-Dzahabi. (1985). *At-Tafsir Wa Al-Mufassirin Jilid II*. Mekah: Maktabah Wahbah)
- Aeni, N., & Agrelia, T. (2021). The Influence of Service Quality, Price and Promotion on Consumer Satisfaction. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 3(6), 223-230.
- Al-Qathan, Manna' Khalil. (1995). *Studi Ilmu-Ilmu Al-Quran Terj. Mudzakir*. Jakarta: Litera Antar Nusa.
- Al-Qathan, Manna' Khalil. (2009). *Ulum Al-Quran Penerjemah Mudzakir*. Bogor: Litera Antar Nusa.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5222-5239.
- Budianto, Y. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 220-229.
- Budiastari, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 87-106.

- Daga, Rosniani. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research And Consulting Institute.
- Daily, Female. 2015. “Oilum Hydrating Care Cleansing Bar – Review Female Daily”, <https://reviews.femaledaily.com/products/body-wash-76/bar-soap/oilum/collagen-soap?tab=reviews> , diakses pada 20 Maret 2022
- Dewi, I. A. P. R., Sapta, I. K. S., & Kepramareni, P. (2021). Analysis of IKM Perceptions on The Role of Events to Moderate the Influence of Product Quality and Product Value on Brand Image (Study on Denpasar Festival). *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 4(2), 85-94.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febrilia, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pengguna transportasi ojek online grab. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 204-225.
- Firdhan, 2015. “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Skripsi. Jakarta: Universitas Yarsi.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghoffar, Abdul & Abdurrahim Mu'thi. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 3*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Ghoffar, Abdul & Abu Ihsan Al-Atsari. (2004). *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 6*. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.

- Ghozali, Imam & Latan Hengky. (2014). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0 (Edisi ke-2)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61-72.
- Hermanto, H., Sholihat, W., & Astarman, A. (2021). The Effect of Promotion and Quality of Service on Motorcycle Consumer Satisfaction (Case Study of Stie Indragiri). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 266-270.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Irhandi, I. G. N. G. G., Agung, A. A. P., & Sapta, I. K. S. (2021). The Effect On Product Quality And Promotion On The Brand Image In Realizing The Brand Loyalty Hatten Wines In Denpasar. *International Journal Of Sustainability, Education, And Global Creative Economic (Ijsegce)*, 4(2), 58-72.
- Ismanto, Juli. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pamulang: Unpam Press.

- Khairunnisak, K., & Murti, G. A. (2022). The Effect of Product Design and Product Quality on Consumer Satisfaction in Micro, Small and Medium Enterprises (Msmes) In Denpasar, Bali. *Journal of Management Analytical and Solution*, 2(1).
- Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implemenytasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115-129.
- Martin, 2018. “*Model Integrated Marketing Communication and Loyalty*”. Masters thesis. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). The Effect Of Promotion And Product Quality On Brand Image Dimediation Purchase Decisions (Study On Consumers Of Koi Buble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *International Journal Economic And Business Applied*, 2(3), 328-337.
- Pradita, S. O., & Sitio, A. (2020). The Impact of Brand Image and Service Qualityon Buying Decisions and Its Implication on Consumer Satisfaction (Case Study at PT IMI). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(3), 394-408.
- Purnamasari, S., & Murwatiningsih, M. (2015). Brand Image Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur. *Management Analysis Journal*, 4(3).

- Ritonga, Husni Muharram dkk. (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. (2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Siregar, 2017. “Pengaruh Promosi, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sisca, S., Wijaya, A., Chandra, E., & Ervina, E. (2021). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Es Krim Aice. *Maker: Jurnal Manajemen (The Departmen of Management STIE Sultan Agung)*. 7(2), 214-222.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta Timur: Fkip Uhamka.
- Sondakh, C. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 19-32.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- \_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- \_. (2019). *Metode Penelitian Kantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, Wiwik. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Umsida Press.

- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction (Edisi 4)*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Wibisono, 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo”. Skripsi. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Wibowo, Y. G., Wulandari, R. H., & Qomariah, N. (2021). Impact of Price, Product Quality, and Promotion on Consumer Satisfaction in Cosmetics and Skincare. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(07), 978-986.
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono, M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 189-199.
- Widayati, C. C., Widjaja, P. H., & Arifin, A. Z. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Service Quality Inflight Catering on Saudi Consumer Satisfaction Arabian Airlines, 71, 1-11.
- Wijayanti, Titik. (2017). *Marketing Plan! Dalam Bisnis (Third edition)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zubarjan, R. (2021). Influence of Product, Price and Promotion on Purchase Decision of Toyota Agya Car with Brand Image as Intervening Variables in Padang City. In *Sixth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020)*, 179, 652-656.

Zulkarnain, M. (2019). “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Kaligarang Semarang)”, Skripsi. Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.