

DAFTAR PUSTAKA

- Kiki Eka Setyawati, 2018. Manajemen Pemasaran Pengaruh Citra Merk (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario Pada CV Kirana Motorindo Jaya.
- Chairul Nindya Hidayat & Cut Ina Setiawati 2021, Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bhineka.com
- Dyah Ayu Lestari., dan Ida Nurnida. 2017. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Adidas di Paris Van Java Bandung.
- Fransisca Paramitasari Musay, 2013. pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen KFC Kawi Malang.
- Silfia Harfiani Putri, 2022. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Riau).
- Zahra Nabilah Wangisuta, Rahmat Hidayat, 2017. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Badger di Kota Bandung.
- Syamsuriza & Sri Ernawati, 2020. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Rocket Chicken Kota Bima.
- Muhammad Rofi Febriansyah & Dede Lilis Chaerowati, 2019. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Dr. Ricks Denim.
- Maryati &Khoiri, 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Tome Universe Studio.
- Iis Miati, 2020. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar).
- Intan Frida Syahrazad & Fanni Husnul Hanifa, 2018. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Tahun 2018).
- Ruslan & Kurbani, 2020. Pengaruh Pengawasan Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kejaksaan Tinggi Sumatera.

Florantika Krisdayanti, 2022. Pengaruh Citra Merek Jamu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Jamu Mbah Atoel Way Kandis Bandar Lampung).

Ade Lisa, 2020. Pengaruh Harga, Citra Merek (*Brand Image*), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek OPPO Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN AR-RANIRY Banda Aceh.

Dewi Endriani, 2018. Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung).

Dr. Amiruddin, S.Pt. M.Pd., at al, 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pradina Pustaka.

Dr. Firmansyah, 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

Sanusi, Anwar. 2017. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat.

Sinambela, Poltak Lijan. 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Tanjung Barat, Jakarta: Graha Ilmu.

Kolter, Philip & Keller, Kevin. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. edited by Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kasmir. 2022. *Pengantar Metodelogi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen Dan Bisnis*. 1st ed. edited by Monalisa. Jakarta: rajawali.pers

Arpan, Yunada. 2023. *Riset Sumber Daya Manusia*. 1st ed. Bandar Lampung: Pusaka media.

<https://www.dewanstudio.com/brand-adalah-wajah-dari-perusahaan/>

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.

<https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6721/porsi-kredit-diperbesar-sektor-umkm-segera-naik-kelas>.