

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana. (2015). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi (Dilengkapi dengan Hasil Penelitian Menggunakan SEM)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen, Edisi Pertama*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Amri, S. (2020). *Facilities and Location of Purchase Decisions at Supermarkets in Aceh*. <https://doi.org/10.4108/eai.17-10-2018.2294215>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3).
- Ariono, I. (2018). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kelompok Referensi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kredit Sepeda Motor Di Pt. Federal International Finance Cabang Wonosobo. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 5(1). <https://doi.org/10.32699/ppkm.v5i1.434>
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. New York: Houghton Mifflin.
- De Leaniz, P. M. G., & Del Bosque Rodríguez, I. R. (2016). Corporate Image and Reputation as Drivers of Customer Loyalty. *Corporate Reputation Review*, 19(2). <https://doi.org/10.1057/crr.2016.2>
- Dicky Darmajaya, I. B., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p01>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. In *Universitas Diponegoro*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second Edition. In *California: Sage*.
- Harrison, S. (2010). *Marketers Guide To Public Relations*. Jakarta: Trans Media pustaka.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). The Influence Of Price , Facilities , And Location To Purchase Decision. *Sekolah Tinggi IlmuEkonomi Indonesia*.
- Indahingwati A. (2019). Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia. *CV Jakad Publishing, Surabaya*.
- Iskandar, Dede Nur dan Sumiyati. (2021) Indikator : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 5 No. 3. Universitas Mercubuana, Jakarta.
- Jefkins, F. (1994). *PR Technique Second Rev.ed*. G.B Butterworth-Hainerman Ind.
- Kartajaya, H. (2010). *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. In *Penerbit Erlangga*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. *Journal of*

Chemical Information and Modeling, 01(01).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Legautu, J., Soegoto, A.S., dan Sepang, J.L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Matahari Department Store Mantos. *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 1.
- Lovelock, C dan Wright, L.K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks, Indonesia.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3. *Penerbit Salemba*.
- Memah, D., Tumbel, A., dan Rate, P.V. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 1.
- Moniharapon, S., Lapian, J., & Go, M. (2014). Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Sekolah Mengemudi Melati Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.35>
- Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. In *Salemba Empat*.
- Prabowo, Y.W., Apriatni., dan Prabawani, B. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket PT. POS INDONESIA (Studi pada Kantor Pos Johar Kota Semarang).
- Pratiwi, T.C.R dan Widiyastuti, T. (2018). Analisis Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di CV Alvina Indah Motor Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol. 3, No. 2.
- Pratiwi, Made Suci, I Wayan Suhendra, Ni Nyoman Yulianthi. 2014. Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk, Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian. e-journal Bisma Universitas pendidikan Ganesha Manajemen Vol 2. 2014
- Purbasari, E. M., & Arimbawa, I. G. (2019). Influence Of Facility, Discount, Word Of Mouth To Purchasing Decisions And Customer Loyalty. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1). <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.59>
- Putra, Gagah Bimo, Kumadji, Srikandi & Kadarisman Hidayat. 2015. Pengaruh Citra perusahaan Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung di Selecta Kota Batu, Jawa Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 26 No 2 September 2015
- Riduwan, M. B. A. dan D. E. A. K. (2017). Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). In *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*.
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *PT*.

Indeks Gramedia.

- Singarimbun, M., & Efendi, S. (1989). Metode Penelitian Survei. In *LP3ES*.
- Song, Ruan, & Park. (2019). Effects of Service Quality, Corporate Image, and Customer Trust on the Corporate Reputation of Airlines. *Sustainability*, 11(12). <https://doi.org/10.3390/su11123302>
- Steinmetz, Lawrence L. (2011). *How to Sell at Margins Higher than Your competitors*. University of Michigan.
- Sugianto, R dan Ginting, S.O. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM*, Volume 10, Nomor 01.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sumayang, L. (2007). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Central of Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. *Yogyakarta: Andi*.
- Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlineshop Zalora Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p19>
- Widyastuti, E., & Handayani, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Dengan Menggunakan Analisis Regresi. *Prosiding Seminar Nasional Statistika*.
- Zhang, Y. (2009). A Study of Corporate Reputation's Influence on Customer Loyalty Based on PLS-SEM Model. *International Business Research*, 2(3). <https://doi.org/10.5539/ibr.v2n3p28>