

REFERENCES

- Aaker, D. A. (1998). *Managing brand equity*. New York: Simon & Schuster.
- Aaker, David A. dalam Aris Ananda, (2011). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta : Spektrum Mitra Utama.
- Afandi, P. (2013). Analisis Faktor Penentu Daya Tarik Produk Pada Pasar UKM Lopait Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang. *Among Makarti*, 1(2).
- Afuah, A. (2003). *Innovation management*. Oxford univ. press.
- Alfiyah, N., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 2252–2262.
- Almira, A., & Sutanto, J. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 250-259.
- Andriana, D., & PUSPITORINI, A. (2018). Perbandingan Penggunaan Face Primer Berbentuk Cair dan Gel sebagai Base Makeup untuk Daya Tahan Makeup Prewedding pada Kulit Wajah Berminyak. *Jurnal Tata Rias*, 7(3).
- Angelmar, R. (1990). *Product innovation: A tool for competitive advantage*. European Journal of Operational Research. Elsevier.
- Arumsari, D., & Khasanah, I. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI

- Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.
- Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Cahyani, N. S., Lopian, S. L., & Tumiwa, J. (2017). The Effect of Brand Image, Perceived Price, and Perceived Quality on Consumers' Purchase Decision of Pond's Skin Care Product. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Chapman, Joe dan Wahlers, Russ, 1999, "A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model" *Journal of Marketing*.
- Charles, Noble H.; Sinha, Rajiv K. and Kumar, Ajith. 2002. "Market Orientation and Alternative Strategic Orientations : A Longitudinal Assessment of Performance Implications", *Journal of Marketing* vol. 66, 25-39
- Crosby, Philip B. (1979), *Quality is free : The Art of Making Quality Certain*, New York : New American Library

- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Dewi, S.T. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan. Tesis. Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana. Semarang: Universitas Diponegoro
- Dharmawan, D., & Berlianto, M. P. (2018, October). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. In *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan* (Vol. 1, No. 1, pp. 138-153).
- Dimiyati, M. (2011). Theoretical Testing on Service Quality and Product Innovation of Small- Micro Credit Banks (A case Study). *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, 14(3), 225-238.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilaninia, Shahram dan Seyyed J. Mousavian. 2011. The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. *African Journal of Business Management*, (6)25: 7548 7556
- Ginting, M., & Sembiring, H. (2018, January). The effect of product innovation, product quality and city image on purchase decision of Uis Karo Woven Fabric. In 1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017). Atlantis Press.
- Hartimbul, Ginting. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Hatta, I. H., Rachbini, W., & Parenrengi, S. Analysis of Product Innovation, Product Quality, Promotion, Price, and Purchase Decisions
- Hair, J.F., Tomas, G.M.H., Ringle, Christian M., dan Marko Sarstedt (2014). A Primer Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Los Angeles: SAGE Publication Ltd.
- Hurley, Robert. F and Hult, G, Tomas. M, 1998, "Inovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Intergration and Empirical Examination", *Journal of Marketing*, July.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kartikasari, A., & Albari, A. (2019). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Asian Journal of*

Entrepreneurship and Family Business, 3(1), 49-64.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12. jilid1. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip & Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi 12.Jilid 1. Alih Bahasa : Bob Sabran.Jakarta:Erlangga

La Aleiyya, I., Waluyo, H. D., & Widayanto, W. (2014). Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pc Tablet Apple Ipad (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ipad Di Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 144-151.

Latifah, F., & Iswari, R. (2013). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Gramedia Pustaka Utama.

Lautiainen, T. (2015). Factors affecting consumers' buying decision in the selection of a coffee brand.

Marbun, T. F. S. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Cikarang Utara.

Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Tepadu*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group.

Nabilla Devi, S (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Advertising terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah di wilayah Surabaya Barat (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA).Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis*,

Manajemen, dan Akuntansi, 4(2).

Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).

Parengkuan, dkk. 2014. Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014*, Hal. 1792-1802

Peter, J Paul and Jerry C Olson. 2004. *Consumer behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1. (Edisi Keenam)*. Jakarta: Erlangga.

Prakosa, Bagas. 2005. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris pada Industri Manufaktur di Semarang)," *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, Vol 2 (1), 35-37.

Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019, February). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. In *Journal of World Conference (JWC) (Vol. 1, No. 1, pp. 208-218)*.

Qazzafi, S. H. E. I. K. H. (2019). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *Int. J. Sci. Res. Eng. Dev.*, 2, 130-4.

Rawung, D. R., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1298–

1308. Retrieved from
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10413/9999>
- Reguia, C. (2014). Product innovation and the competitive advantage. *European Scientific Journal*. Vol.1. p. 1857- 7881
- Sagita, F. E. (2013). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) di Cabang Bakso Grand Mall. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 1–8. Retrieved from ejournal.unp.ac.id/students/index.php/mnj/article/view/535
- Sarkis, J. (2012) 'A boundaries and flows perspective of green supply chain management'. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(2), 202-216.
- Shiau, H-C. (2014). The Impact of Product Innovation on Behavior Intention: The Measurement of the Mediating Effect of the Brand Image of Japanese Anime Dolls. *Anthropologist*, 17(3), 777-788.
- Situmorang, I. L., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA

- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Susanty, A., & Adisaputra, N. B. (2011). Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 6(3), 147-154.
- Susanto, Agus. (2013). “Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Batik Tulis Karangmlati Demak”. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Sya’roni, D.A.W. dan Sudirham, J.J. 2012. Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM). Volme 11 No.1.
- Tidd, J., Bessant, J., and Pavitt, K. (1997). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. New York: John Wiley.
- Tjiptono, fandy. (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Andypublisher.com Jakarta
- Utama, I. G. N. K. Y. (2014). Faktor- faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry studi kasus Kota Denpasar. *E-Journal Manajemen Unud*, 3(3), 679–693.
- Walter, A., Muller, T.A., Helfert, G. and Ritter, T. (2003). Functions of industrial supplier relationship and their impact on relationship quality. *Industrial Marketing Management*, 32, 159-69.

- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European journal of innovation management*.
- Wereh, A. S., Tumbuan, W. J., & Saerang, R. T. (2019). A Qualitative Analysis of Consumer Buying Interest on Local Cosmetic Products in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada. Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall), 3(1), 15.
- Widodo, T. (2016). Pengaruh Brand Image, Atribut Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kulon Progo. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Widyawati, L. (2015). Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada UD. Surya Phone di Samarinda. *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(3), 574-86.
- Yee, W. F., and Sidek, Y. (2008). Influence of Brand Loyalty on Consumer Sportswear. *international Journal of Economics and Management*, 2(2), 221-236