

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Arizal. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Ghozali, & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 UNTUK PENELITIAN EMPIRIS*. Yogyakarta: BPFE.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 10-17.
- Habibah, Z., & Kusbandono, D. (2017). Analisis Strategi Promosi Dari Faktor Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada UD. Bintang Motor Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 18(2), 999-1010.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh lokasi, citra merek dan Word Of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127-143.
- Iwan, I., Hairo, E. I., & Yulianto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 545-550.
- Jesica, S. P., Pranata, S., & Lukita, C. (2023). PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN LEMONILO. *Jurnal Witana*, 1(1), 1-9.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Mebyanti Permata, P., & Soegiono, P. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN SUPERMI DI AINI SWALAYAN SURABAYA. *Academia.edu Sumber*, 4, 130.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).

- Novelia, K., Lesmana, F., & Goenawan, F. (2022). Efektivitas Iklan The Best Thursday pada Media Sosial Instagram KFC Indonesia. *Jurnal e-Komunikasi*, 10(2).
- Nurhayati, A., Munawar, M., & Urfa, I. B. (2022). ANALISIS EPIC MODEL TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POCARI SWEAT. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 7-11.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-122.
- Pringgondani, P. (2022). Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan, Word Of Mouth, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mrprabspomade. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2035-2039.
- Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 657-663.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567-1572.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Alvabeta, CV
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 51, no. 1, 6 Oct. 2017, pp. 44-48.

- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDOMIE DI SEMARANG. *Solusi*, 21(1), 423-432.
- Jamil, W., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Lazada. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 746-751.
- Yovianty, L., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo. *Prologia*, 6(2), 240-247.