

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). Brand equity. *La Gestione Del Valore Della Marca*, 347, 356.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Andi.
- Alma, B. (2011). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amron, A. (2018). The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Ariescy, R. R., Evanzha, E., Amriel, Y., Dalam, M., & Indonesia, K. (2019). Air Mineral Merek Ades Di Kabupaten Jember. 4, 70–77.
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Belajar.
- Fatmaningrum, R. S., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamiseno, A. R., & Purwanto, S. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Bro D Towing Service Surabaya. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1061–1067.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302–319.
- Islamiyah, K., & 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. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>

Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).

Kotler, Philips, & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson Education.

Kotler, Philips, & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Prentice Hall.

Nilsson, L., Johnson, M. D., & Gustafsson, A. (2001). The impact of quality practices on customer satisfaction and business results: product versus service organizations. *Journal of Quality Management*, 6(1), 5–27.

Notoatmodjo, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
Nugraha, A. S., Nisyak, H., & Pratiwi, M. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand*

Image) Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun Ajaran 2016-2017 Kampus Indralaya). Sriwijaya University.

Pramudana, K. A. S., & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(7), 2247–2256.

Program, M. S. (2023). The Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Price Perception on Purchase Decisions of MIXUE Products in the City of Surabaya. 2(2), 244–250. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.477>

Priatna, H., & Sofwan, S. V. (2021). PENGARUH PERPUTARAN TOTAL ASET DAN PERPUTARAN PIUTANG TERHADAP PROFITABILITAS (ROI) PADA PT. LEN INDUSTRI (PERSERO) PERIODE 2012-2018. *AKURAT/*

Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA, 12(2), 1–17.

Putera, K. W. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pantof Shoes. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.

Putra, E. T. K., & Pudjoprastyono, H. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 100–109.

- Rahmah, R. M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2352–2359.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- Sopiah, & Sangadji. (2013). *Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian Akutansi*. Refika Aditama.
- Wardana, W. (2017). *Strategi Pemasaran*. Budi Utama.
- Widayanto, M., Elly, M., & Prasetyo, W. (2021). URGENSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Produk Rizza Bordir Probolinggo). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(01), 485–496.
- Wijaya, E., & Saparso, S. (2019). Kepercayaan sebagai Variabel Intervening Pengaruh antara Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Tokopedia. com). *Manajemen Bisnis Kompetensi*.
- Zamroni, A. (2016). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada konsumen indomaret plus di jalan M. Yamin Samarinda. *Yamin Samarinda. Ejournal Administrasi Bisnis*, 4(4), 960–974