

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC di Kota Bengkulu. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Aji, U. S. B., Wulandari, S. Z., & Afif, N. C. (2022). Peran Mediasi Brand Trust Pada Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Keputusan Mahasiswa Untuk Kuliah Di Universitas Peradaban. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 24(3).
- Al-Djufrie, M. A. (2022). Pengaruh Product Knowledge, Harga Produk, dan Product Packagung Design Terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Artfresh. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(5), 390–398.
- Anwar, S., & Mujito. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 9(1), 189–202.
- Apriani, S., & Khairul Bahrn. (2021). *Pengaruh Citra Merek, kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara May belline.*
- Arifa Aprilia Putri David, N., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(2), 143–162. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). Management Analysis Journal The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4). <http://maj.unnes.ac.id>
- Buntoro, D., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT.Seruni Karya Indonesia. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 38–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.231>

- Dairina, L., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada produk sepatu merek Converse). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VII(1), 118–134.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 1(1), 15–30.
- Dhea Febyana, S., Edy Herman Mulyono, L., & Mujahid Dakwah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9, 68–73.
- disastra, D., & Novita, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung)* (Vol. 2, Issue 1). <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>
- Dwi Santy, R., & Daniyah Atika, S. (2020). *Purchasing Decisions in Terms of Perceived Quality and Product Knowledge*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200108.023>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Gunarsih, C. M., Kalagi, J. A. F., & Tamengkel, Lucky. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *PRODUCTIVITY*, 2(1), 69–72.
- Hasanah, N., & Usman, O. (2021). *Influence Of Brand Image, Price and Product Quality On Purchase Decision On Lazada*.
- Indrianna Meutia, K., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Janah, N. R., & Suswardji, E. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE INTERESTS OF BUYING BEAUTY PRODUCTS WARDAH. *Business and Accounting*, 4. www.marketeters.com

- Lia, A., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5, 263.
- Lubis, P. U., & Kurniawati, D. (2023). Pengetahuan Pengaruh Celebrity Endorser dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Kosmetik MAYBELLINE Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Di Kota Pekanbaru. *Al-Hikmah: Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 20(2), 164–175. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2023.vol20\(2\).14470](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/al-hikmah:jaip.2023.vol20(2).14470)
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334>
- Miftahul Janna, N., & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- Mustika Ginting, E., Saripa Siburian, E., Dwi Syahfitri, M., Willem Iskandar Pasar, J. V, Baru Kota Medan, M., & Utara, S. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. *Era Mustika Ginting, Dkk) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2986–6340. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7963225>
- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran Produk Asuransi Syariah Allianz Life Indonesia. *Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 21–35. <https://doi.org/10.47476/manageria.v2i1.859>
- Nugraheni, A., Imtikhanah, S., & Hudaya, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Harga Sebagai Mediasi. *NERACA*.
- Nurcaya, N., & Rastini, N. M. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas

- Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pamungkas, N. L., Ibdalsyah, & Triwoelandari, R. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Celebrity Endorser, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 111. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.539>
- Patricia, T. A., Sugiarto, H., Wahyuni, S., & Widyawati, S. A. (2024). Rancangan Media Flash Card Tentang Pentingnya Minum Air Putih Pada Siswa MI Hidayatul Athfal Gedang Anak. In *Disetujui Januari* (Vol. 6, Issue 1).
- Peran, A., Hidup, G., Kualitas, D., Terhadap, P., Pembelian, K., Automotif, P., Tannady, H., Wahyuningsih, E. S., Supriatna, D., Hadayanti, D., Purwokerto, W., Al, S., Pangandaran, F., & Al Ghifari, U. (2022). Analysis Of The Role Of Lifestyle And Product Quality On Purchase Decisions Of Automotive City Car Products. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Putri Amanda, D., & Aslami, N. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(3), 288–296.
- Ramadhanty, F. N., & Masnita, Y. (2023). Peran Moderasi Halal Brand Awareness Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Mempengaruhi Purchase Decision Making. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3221–3230. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17940>
- Rezky Maulana, F., Hasnita, N., & Evriyenni. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*. <https://doi.org/10.22373>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mcdonald's di Palmerah Jakarta Barat. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Rustandi, N., & Marlina, H. (2022). Pengetahuan Produk dan religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Universitas Surya Kencana Cianjur. *AR-RIHLAH: JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH*, 2(2), 149–164.

- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Soraya, A., & Siregar, O. M. (2021). Pengaruh Country of Origin dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara. In *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta* (Vol. 1, Issue 1). www.rangking10.com
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Supriyanto, Aprianto, R., & Melisa, M. (2021). Effect of Price and Promotion on Car Purchase Decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. In *International Journal of Community Service & Engagement* (Vol. 2, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.47747/ijcse.v2i1.188>
- Tridiwianti, F., & Harti. (2021). Pengaruh Green Product Awareness dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1104–1110.
- Ubaidi, I. A., & Batu, R. L. (2020). Pengaruh Product Involvement dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, Volume 5(Nomor 2), 121–130.
- Ulu, K. T., Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung dibank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). In *Telanaipura Jambi* (Vol. 1, Issue 1).
- Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen Komputer. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 278–285. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>