

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2018). analisa Pengaruh Harga kepada Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk kepada Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Alvian, I. G. P. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk serta Kualitas Layanan kepada Kepuasan Konsumen “Masalah.” *Performa*, 5(4), 295–302. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1783>
- Alwiyah, S. (2020). Fakultas Ekonomi serta Bisnis, Universitas Mercubuana, Indonesia. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 7(2), 10–26. <https://doi.org/10.29303/jmm.v7i2.315>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK kepada KEPUASAN serta LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177.
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk serta Harga kepada Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data serta Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif serta Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image serta Brand Awareness kepada Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Ariyan, H. (2020). *Pengaruh Brand Awareness serta Kepercayaan Konsumen Atas Merek kepada Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang*. 041(1), 12–26.
- Chairy, S. P. D. (2020). Penilaian Konsumen kepada Produk Susu Cair Pada Susu Ultra Milk serta Cimory. *Jurnal Manajemen Bisnis serta Kewirausahaan*, 2(5), 1–8. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i5.4874>
- Darwysy, R. A., Sumarsono, H., & Riawan. (2022). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Brand Loyalty , serta Brand Association kepada Keputusan

- Pembelian Ulang Pupuk Phonska Plus (Studi pada konsumen UD . Surya Tani). *Optimalisasi Potensi Sumber Daya Ekonomi Menuju Kesejahteraan Daerah*, 1–10.
- Fadhillah1), A. S., Febrian1), M. D., , Muhammad Cahyo Prakoso1), M. R., Putri1), S. D., & , Raden Siti Nurlaela, S.TP, M. T. 1. (2024). Sistem Pengambilan Contoh Dalam Metode Penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228–7237.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Giantari, I. D. G. A. E. I. A. K. (2020). Purposive Sampling. *PENGARUH Kualitas Produk, Kualitas Layanan Serta Citra Merek Kepada Niat Pembelian Ulang*, 9(8), 2895–2914. <https://doi.org/10.4135/9781412963909.n349>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga kepada Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian serta Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Haryadi, W., Sudiyarti, N., Kurniawan, E., Ismawati, I., & Rachman, R. (2020). Analisa Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Kepada Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 8(3), 204–214. <https://doi.org/10.58406/jeb.v8i3.571>
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang serta Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1.6>
- Izul Fuadi, M., & Budiantono, B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk kepada Minat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan selaku Variabel Mediasi. *Widyagama National Conference on Economics and Business*, 2(1), 1–12. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>
- Kevin, J. K. (2023). Pengaruh Brand Awareness serta Brand Image kepada Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen serta Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>
- Krystia, T., & Ibnu, W. (2012). analisa Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, serta Harga kepada Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bandeng Presto Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 58–66. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, serta Store Atmosphere kepada Kepuasan Pelanggan. *Bip's Jurnal Bisnis Perspektif*, 13(2), 88–101. <https://doi.org/10.37477/bip.v13i2.216>

- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust serta Digital Marketing kepada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis serta Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image serta Store Atmosphere kepada Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk serta Promosi kepada Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Mawaddah, D. R., Salsabila Rahmasari, & Angga Dutahatmaja. (2024). Faktor-Faktor Yang Menyajikan pengaruh Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, serta Layanan: Literature Review Perilaku Konsumen. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen serta Bisnis*, 2(3 SE-Articles), 115–127.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) kepada Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness serta Citra Merek kepada Keputusan Pembelian serta Minat Beli Ulang sepatu Converse (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Industri serta Teknologi*, 02(05), 38–49.
- Musay, F. P. (2023). Knowledge Hiding in Small Medium Enterprise Owned by Family Business: The Role of Knowledge Complexity, Psychological Ownership and Avoidance Motivation. *Media Ekonomi serta Manajemen*, 38(1), 15. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3030>
- Mustika, S. R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga serta Kualitas Produk kepada Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi serta Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Muti, A. A., Sari, T. N., & Ahmad, N. H. (2022). Determinasi Patokan Waktu Pabrikasi Dengan Stopwatch Time Study (Studi Kasus Cemilan Sbr). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 36–40. <https://doi.org/10.33884/jrsi.v8i1.6370>
- Pasha, N., Terbuka, U., Cabe Raya, J., Cabe, P., & Selatan, T. (2024). Jurnal Ilmu Peternakan, Ilmu Perikanan. *Ilmu Kedokteran Hewan*, 1(2), 14–22.
- Permatasari, L. Y., Firman, A., & Fitriani, A. (2022). Brand Equity Analysis of Uht Milk Product Tetra Pack 200 Ml in Yogya Departement Store Cimanggu Bogor City. *Jurnal Ilmu Ternak Universitas Padjadjaran*, 22(1), 43.

<https://doi.org/10.24198/jit.v22i1.38351>

- Pratama, M. A. D., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga kepada Minat Beli Ulang lewat Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi serta Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 78–85. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v5i1.3608>
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book guna menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priyono, nur mustakim; budi. (2024). Pengaruh Digital Marketing serta Brand Awareness kepada Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) guna mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, serta Keselamatan kepada taraf Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Putri, M. N. A. (2018). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Kepada Niat Beli Ulang*. 7(11), 5983–6010.
- Ramadayanti, F. (2020). Peran Brand Awereness kepada Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen serta Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Rianto, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, serta Harga kepada Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk. *Jurnal Sistem Informasi serta Teknologi Peradaban (JSITP)*, 2(2), 49–53. www.journal.peradaban.ac.id 50
- Sanaky, M. M. (2021). analisa Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , serta Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Setyowati, L. T. P. H. (2020). Analisa *Preferensi Konsumen Kepada Pembelian Susu Ultra Milk Di Pasar Modern Kota Surakarta*. 11(1), 92–105.
- Siregar, D. K., Prayoga, Y., & Lubis, J. (2023). Pengaruh Brand Identity kepada Timbulnya Brand Preference serta Repurchase Intention Pada Merek Kosmetik Wardah Di Rantauprapat. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(2), 434. <https://doi.org/10.51195/iga.v13i2.295>
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh brand awareness kepada keputusan

pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*, 10(1), 36–50.
<https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>

Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk serta Brand Image kepada Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis serta Manajemen*, 3(1), 135–144.
<https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>

Widiyarsari, R., & Mutiarani, M. (2020). Penggunaan Metode Structural Equation Modelling guna analisa Faktor Yang Menyajikan pengaruh Motivasi Belajar Mahasiswa Fip Umj. *Fibonacci: Jurnal Pendidikan Matematika serta Matematika*, 3(2), 147. <https://doi.org/10.24853/fbc.3.2.147-160>

Widyananda, Purdiyanto, & Samholi. (2022). taraf Kesukaan Konsumen kepada Berbagai Merek Susu Ultra Heat Treatment (Uht) Yang Beredar Di Pamekasan. *Makro : Jurnal Manajemen serta Kewirausahaan*, 7(2), 205.
<https://doi.org/10.53712/jmm.v7i2.1620>

Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Serta Akuntansi) Faktor-Faktor Yang Menyajikan Pengaruh Keputusan Pembelian*. 1370–1385.

Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk kepada Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22.
<https://doi.org/10.31294/swabumi.v11i1.13980>