

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andy Permana Putra, A. (2024). The Role Of Customer Experience, Brand Image And Trust On Consumer Repurchase Interests Of Indomaret Porong Branch Peran Pengalaman Pelanggan, Citra Merek Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Indomaret Cabang Porong. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4082–4107. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Astuti, W. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP MINAT PESERTA DIDIK MELANJUTKAN PENDIDIKAN DI PERGURUAN TINGGI (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung). *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253.*
- Basti, K. P., Purbawati, D., Wijayanto, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2024). *Pendahuluan Perawatan kulit sangat penting untuk menjaga kesehatan dan kecantikan kulit . Face Gambar 1 Merek Face Wash Paling Banyak Di Pakai.* 13(2), 384–394.
- Dwijantoro, D. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap*

Keputusan Pembelian Marketplace Shopee, 4(2), 172–178.

Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>

Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).

Girsang, A. D. P. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Yogyakarta*. 33(1), 1–12.

Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>

Icam Sutisna. (2020). Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1–15. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DAT A_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat

Iqbal, M. Y., & Eko, S. B. (2021). *Keputusan Pembelian Produk Merek Consina (Studi Pada Konsumen Consina Outlet Kawi Malang)*. 2, 2–5.

Ismawati, C. (2020). Penerapan Strategi Promotion Mix Monas Laundry. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2012, 6–21. <http://repository.uib.ac.id/3202/5/k-1641041-chapter2.pdf>

Lorista, D., Ginting, S. O., & Pelawi, P. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 100–112. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i2.979>

- Maria Guadalupe Kristi Wungu¹, L. N. H. (2022). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT SIDO MUNCUL Maria Guadalupe Kristi Wungu¹ , Lukman Nul Hakim² Program Studi Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Administrasi , Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI , Jakarta © 2020 Jurnal Administrasi Bisnis &. *Administrasi Bisnis*, 2(6), 792–799.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masdaini, E., & Dewi Hemayani, A. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang Buying Decision Analysis on Nilang Coffee Shop Consumers. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 2746–4229. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Melinda, P. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI CERIA MART (STUDI KASUS CERIA MART SEMPER TIMUR). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17.
- Mulyani, S., Murni, Y., & Putri, M. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sabun Mandi Merek NUVO (Studi Kasus Di Desa Rawang Kota Pariaman). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 02(01), 604–611. <https://doi.org/10.37034/infv6i3.971>
- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas>
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>

- NAILUFAR SUNU'AN. (2019). Bab Ii Tinjauan Pustaka Citra Merek. https://Digilib.Sttkd.Ac.Id/1752/3/BAB%20II%20SKRIPSI%20-%20SUNU%27AN%20NAILUFAR_3.Pdf, 6–23.
[https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB II SKRIPSI - SUNU%27AN NAILUFAR_3.pdf](https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB%20II%20SKRIPSI%20-%20SUNU%27AN%20NAILUFAR_3.pdf)
- Nandaika, M. E., & Respati, N. N. R. (2021). PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada produk fashion merek Uniqlo di Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(6), 539. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i06.p02>
- 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: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pembelian, K., & Generasi, K. (2024). *Dampak personal branding dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z*. 3(2). <https://doi.org/10.26753/hombis.v3i2.1472>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengarui Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Revie Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). PENGARUH KREATIVITAS IKLAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MODEM SMARTFREN ANDROMAX 4G LTE DI BANDAR LAMPUNG.

Journal GEEJ, 7(2), 16–42.

- Produk, P. K., Ambassador, B., & Persepsi, D. A. N. (2022). *FAIR VALUE*. 4(6), 2279–2291.
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Puspita, N. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas sebagai Variabel Intervening”: Studi Kasus Konsumen di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 712–717. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3841>
- Putri. (2020). *BAB II LANDASAN TEORI A. Deskripsi Teori*. 12, 303–305.
- Putro, T. A., & Augusto, D. (2024). Dampak Kualitas Produk, Pelayanan, Lokasi, serta Store Atmosphere pada Keputusan Pembelian. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.46510/jami.v5i1.295>
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13137>
- Rian Sidiq Prakoso, W. F. E. S. (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Deodoran Nivea*. 1(1), 41–46.
- Robi’ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam*

- Pendidikan*), 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Rudianto, Z. N. (2022). Pengaruh Literasi Kesehatan Terhadap Kesadaran Kesehatan Mental Generasi Z Di Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 11(1), 57. <https://doi.org/10.31290/jpk.v11i1.2843>
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). *Pengaruh Promosi Media Sosial , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu) The Influence of Social Media Promotion , Product Quality , and Price on Purchasing Decisions (Case Study of Keikeu Cake Shop)*. November, 6424–6434.
- Shalbrenda, V., & Saktiana, G. M. (2024). E-Satisfaction Spotify pada Gen Z Jakarta Memengaruhi Repurchase Intention Melalui Enjoyment, Social Value, dan Ease of Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 531–543. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29856>
- Sigit Santosa, S. . M., & Purnama Putri Luthfiyyah. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadaployalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* , Vol.10, No, 1–7.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syahroni, M. I. (2022). *Prosedur Penelitian Kuantitatif*. 2(3), 211–213.
- Talahatu, I. (2024). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Yang Dipersepsikan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Di Kota Ambon*. 3(1), 315–322.
- Tarisa Aulia, Larasati Ahluwalia, K. P. (2023). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada*. 2(2), 58–69.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

- Tjoa, A. P. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PARFUM SAFF & CO DI KOTA YOGYAKARTA*. 15(1), 37–48.
- Waluya, S., Sadli, A. M., & Annisa, L. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Nasa (PGN) Pada PT Natural Nusantara. *Mulia Pratama Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(II), 31–45.
- Waruwu, K. K., & Sahir, S. H. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan Brand Image Terhadap E-Loyalty pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 335–341. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i3.2298>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Yani, A. S., & Ngora, K. (2022). Influence of Product Quality & Promotion on Purchase Decision with Buying Interest as a Moderating Variable. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 14034–14046.
- Zanard, F. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Lux Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam*. 1–23.
- Zebua, D. P. F., Mendrofa, N. E. G. R. N., Bintang, C. V., & Gunungsitoli, K.

(2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI CV. BINTANG KERAMIK GUNUNGSITOLI*. 10(4), 1299–1307.

Zeky Ricardo, Sutarno, & Dewi Anggraini. (2022). Analisis Kualitas Produk di PT. Adi Kuasa Gasindo Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 224–232. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.588>