

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, I. (2021). *Pengaruh brand image dan service quality terhadap keputusan pelanggan untuk membeli produk jasa haji dan umrah di PT. Fazary Wisata Bintaro Tangerang Selatan* (Bachelor's thesis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Afriyani, F., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian AC Panasonic. *Widya Manajemen*, 4(2), 111–119.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
- Al'Amin, V. R., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pembalut wanita merek Laurier di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2598, 49–50.
- ALWI, M. A. S. (2023). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm INK* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Hakim, D. F. (2022). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop Acer di wilayah Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN “Veteran” Jawa Timur).
- HADINATA, M. A. (2023). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Converse (studi pada mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur).
- Hartinah, A. S., Alim, S., & Br, K. S. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup Generasi Z terhadap keputusan pembelian Mixue Ice Cream & Tea. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 345–353.
- 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.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kristanto, D. A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Sienta di Auto2000 Cabang HR Muhammad Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(1), 47–54.
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 499–502.
- Muhammad, A. (2024). *Pengaruh citra merek dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung di Kabupaten Gresik* (Doctoral dissertation). *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*.
- Olczewski, P. S. (2023). *Pengaruh brand image, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat berlangganan ulang pada layanan video on demand (VOD) Netflix di Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).

- 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.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The effect of brand image and product quality toward Wardah cosmetics consumers' loyalty: A study on students, Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139–146.
- Sarwono, A. H. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk Harum di Surabaya* (Doctoral dissertation, UPN “Veteran” Jawa Timur).
- SastroAtmodjo, S. (2021). *Manajemen pemasaran (Marketing)* (R. R. Rerung (Ed.)). Media Sains Indonesia.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian mie Gacoan (studi pada pelanggan mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167.
- Sofya, D. N., & Purwanto, S. (2021). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang “Slai O’lai”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(3), 28–37.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop Mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Sutanto, D. W. (2024). *Pengaruh e-WOM dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian iPhone pada masyarakat di Kota Jombang* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Toha, M. (2020). Eksistensi manajemen pemasaran dalam membangun citra lembaga pendidikan. *[Lokakarya atau publikasi non-jurnal]*, 10.
- Wardana, R. A. (2023). *Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian provider Indihome di Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Kotler, Philips, & Amstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing*. Pearson Education.