

DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398–408.
- Basti, K. P., Purbawati, D., Wijayanto, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Face Wash Biore di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(2), 384–394.
- Carneli, R. D., & Nurwahyudi, M. R. (2025). Pengaruh Beauty Influencer , Persepsi Harga dan Brand Image terhadap keputusan pembelian Hand and Body Lotion Vaseline di DIY. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 51–58.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller, K. L. (2020). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. In *Pearson Education* (Vol. 17, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/jcm.2000.17.3.263.3>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). Principles of Marketing. In *Pearson Education*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management Global Edition. In *Pearson Education* (15 edition, Vol. 11, Issue 1). Pearson Education.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap 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>
- Mintarsih, R., & Tanjung, B. J. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux Di Transmart Cempaka Putih. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(6), 481–496.
- Muharam, I. F., & Oswari, T. (2025). Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Peran Minat Beli Pada Produk Sabun Cuci Muka Garnier Men. *ProBisnis : Jurnal Manajemen*, 16(1), 57–65.
- Mulyani, S., Murni, Y., & Putri, M. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(3), 604–611. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i3.971>
- Nurmalita, L., & Hadisuwarno, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di Ambiente Ristorante. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2), 941–946. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i2.1917>
- Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2), 721–729.
- Ramadhani, D. R., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Harga dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Originote. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1(4), 109–118.
- Rilientika, N. L. P. A., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Bali. *Jurnal EMAS*, 4(6), 1581–1594.

- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Salea, C., Lapian, S. L. H. V. J., Tielung, M. V. J.(2021). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC BAHU MANADO PADA MASA COVID-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1293–1302.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Simatupang, S. R., Pudjoprastyono, H., & Mandasari, V. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian PProduk The Body Shop di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(2), 1071–1077. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2035>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran. In *Andi Offset* (Vol. 14, Issue 3).
- Wisesa, A. G., Basalamah, M. R., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Tahun Angkatan 2018). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 2651–2661.