

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Alfabeta.
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). *The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision: 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)*, Yogyakarta, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/aer.k.210121.012>
- Arpi, S. K., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Getuk ECO Kota Magelang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 343–348.
- Ayu, D. (2020). Effect of Distribution Channels and Prices on Consumer Loyalty in SPBU SHELL Perbaungan. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 31–37.
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, H., Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432.
- Chalim, A. S., Sunaryo, H., & Farida, E. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Shopee di Era Pandemi (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(01).

- Chandra, J. R., Adiwijaya, M., & Jaolis, F. (2023). *Pengaruh customer experiences dan brand trust terhadap repurchase intention dengan moderasi sales promotion pada SPBU Shell Surabaya* .
- Dany, F. W. W. (2024). BBM Standar Euro 4 Berpotensi Kurangi 70 Persen Polusi. *Kompas.id*. https://www.kompas.id/baca/metro/2024/10/13/bbm-standar-euro-4-berpotensi-kurangi-70-persen-polusi?utm_source=chatgpt.com
- Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Dr. Dhiraj Kelly Sawlani, S. E. M. M. S., & Pustaka, S. M. (2021). *DIGITAL MARKETING: BRAND IMAGES*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. <https://books.google.co.id/books?id=BodAEAAAQBAJ>
- Edy Soesanto, Thomas Komansilan, & Natasha Salsabillah. (2025). Dinamika Harga BBM: Dampaknya Terhadap Ekonomi Nasional dan Daya Beli Masyarakat. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro Dan Informatika* 3(1), 165–174. <https://doi.org/10.61132/jupiter.v3i1.686>
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta)*. 2, 189–199.
- Fandy Tjiptono, P. H. D. D. A. D. (2020). *Permasalahan Andi Offset*. <https://books.google.co.id/books?id=Ck4D0AEACAAJ>

- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Halim, A., & Afkarina, D. (2024). ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN BAHAN BAKAR MINYAK PERTALITE. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1.2024), 191–200. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.480>
- 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, 1567. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>
- Jakpat. (2024). Daily Commuting in Indonesia: Private vs Public Transport. *Jakpat Insight*. https://insight.jakpat.net/daily-commuting-in-indonesia-private-vs-public-transport?utm_source=chatgpt.com
- Karim, H. A., Lis Lesmini, S., Sunarta, D. A., Sh, M., Suparman, A., Si, S., Kom, M., Yunus, A. I., Khasanah, S. P., & Kom, M. (2023). *Manajemen transportasi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (Fifth edition, Global edition). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
<https://books.google.co.id/books?id=i4pFzwEACAAJ>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=zXpfzgEACAAJ>
- Kumala, S., & Yasri, Y. (2025). The Effect of Price, Brand Trust, and Brand Image on Smartphone Purchase Decisions. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(4), 2207–2218.
- Massada, J. I. R. (2024). *Pengaruhmarketingmixterhadapkeputusan pembelian konsumen pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Shell CandiPanggung Dalam* .
- Maulidy, A. M. (2024). Marketing Battle and Digital Campaign Analysis of PT. Shell Indonesia. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(01), 444–451.
- Miranda Saragih, Y., Sitinjak, M. C. S., Juliansyah, R., Siregar, S. A., & Saragih, L. (2023). Pengaruh Periklanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Fi Di Pematangsiantar. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(3), 167–171.
<https://doi.org/10.55338/saintek.v4i3.1140>
- Muhamad. (2025). *Daftar Harga BBM Pertamina, Shell, Vivo, dan BP Maret 2025*.
<https://databoks.katadata.co.id/energi/statistik/67c525ac2744f/daftar-harga-bbm-pertamina-shell-vivo-dan-bp-maret-2025>

- Muliawati, F. D. (2025). Pertamina Kuasai 96% Pangsa Pasar BBM Bensin RI. 2025. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250303133659-4-615084/pertamina-kuasai-96-pangsa-pasar-bbm-bensin-ri>
- Prasetyo. (2024). Hingga Januari 2024, Shell Indonesia telah mengoperasikan 215 SPBU yang tersebar di lima provinsi: Jakarta, Banten, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Sumatra. *Artikel Media Tentang Shell Indonesia*. <https://www.shell.co.id>
- Puspitaningtyas, K., & Hermani, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Studi pada PO. Tunggal Dara Putera Rute Wonogiri-Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 681–688.
- Rahma, S., Nuraeni, N. S., & Harjawati, T. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Switch Pada Konsumen SPBU Pertamina (Studi Kasus: Pada Mahasiswa Kampus PPGUIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. 1(1), 94–106.
- Rahmawati, C., & Endriastuti, Y. (2024). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Oli Shell (Studi Kasus Konsumen Pengguna Oli Shell Pada CV. Sinar Mustika Wijaya). *Jurnal Mirai Management*, 9(3), 481–493.
- Rebualos, R. A., Prasetyo, Y., Cahigas, M. M., Nadlifatin, R., Gumasing, Ma. J., & Ayuwati, I. (2024). Investigating Factors Affecting the Purchase Intention in Petroleum Stations Implementing Sustainable Practices: A Pro-Environmental Behavior Approach with a Consideration of

Sustainable Initiatives Knowledge. *Sustainability*, 16, 4121.

<https://doi.org/10.3390/su16104121>

Reynaldi, R., & Nuvriasari, A. (2024). The influence of brand image and perceived value on purchasing decisions with brand trust as mediation.

Research Horizon, 4(3), 179–188.

Rizky, M. E., & Hariasih, M. H. (2023). Consumer Loyalty: Brand Perception, Trust, Product Quality, and the Mediating Role of Customer Satisfaction: Setia Konsumen: Persepsi Merek, Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Pengaruh Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Academia Open*, 9(2), 10.21070/acopen.9.2024.5562.

<https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.5562>

Robitha, N. R., & Nursalin, K. K. (2025). The Effect Of Push, Pull, And Mooring On The Switching Intention Of Pertamina Consumers To Shell: Pengaruh Push, Pull, Dan Mooring Pada Switching Intention Konsumen Pertamina Ke Shell. *Jurnal Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 4(1), 1–14.

Sa'diyah, S. S., Saepudin, E. A., Cahya, R., Rosita, S. L., & Ayun, N. Q. (2025). Kebijakan Subsidi BBM. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 286–293.

Sefriyadi, I., Andani, I. G. A., Raditya, A., Belgiawan, P. F., & Windasari, N. A. (2023). Private car ownership in Indonesia: Affecting factors and policy strategies. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 19, 100796. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.100796>

- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sinung, H., Zakaria, T. R., & Upe, R. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza:(Studi Pada Konsumen Dealer Auto 2000 Grand Depok City). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 133–139.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
<https://books.google.co.id/books?id=Z-fWDwAAQBAJ>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhairi, Yuda, A., Lubis, A. H., & Manurung, E. H. (2023). MANAJEMEN PEMASARAN PERUSAHAAN DI INDONESIA DALAM PASAR GLOBALISASI. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 1(2), 319–331. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v1i2.61>
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 684–698.
- Tahir, A. H., Adnan, M., & Saeed, Z. (2024). The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(16).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN*. Penerbit Andi.
https://books.google.co.id/books?id=_H6REAAAQBAJ

Virena, A. R., & Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(3), 2744–2760.

Zahari, T. N., & McLellan, B. C. (2024). Sustainability of Indonesia's transportation sector energy and resources demand under the low carbon transition strategies. *Energy*, 311, 133385.
<https://doi.org/10.1016/j.energy.2024.133385>