

### DAFTAR PUSTAKA

- Alifyanti, U., Nirawati, L., Andarini, S., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Scarlett Whitening di Kota Surabaya). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 546. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.449>
- Budiono, A., & Yuliana, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Delivery Arundina Cibubur*. 31(2). <https://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/panoramanusantara/article/view/2248>
- Djogo, O. Y. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 13(1), 43–47. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/kebijakan/article/view/5028>
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 10–17. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Revitalisasi/article/view/2410>
- Hadiyat, N. N., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Provider By.U Di Kota Bandung The Influence Of Price And Brand Awareness On Decision To Purchase On By.U Card Provider In Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6079–6092. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/171970/pengaruh-harga-dan-kesadaran-merek-terhadap-keputusan-pembelian-kartu-provider-by-u-di-kota-bandung.html>
- Hartini, & Syaekhun, M. (2022). Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Digital Card By.U Di Kota. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Equity melalui Brand Loyalty Provider Telkomsel di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 653–663. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1250>
- Lidia. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 205–212. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10519919>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.).

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 193–212. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371>
- Noviyanti, L., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bumbu Penyedap Masakan Merek Masako Di Cv. Tri Tunggal Surabaya. 6(2), 1118–1135. <https://repository.upnjatim.ac.id/8804/>
- Pratiwi, V. A., Hidayat Nugroho, R., Prabowo, B., & Kusumasari, I. R. (2025). The Influence Of Brand Image, Brand Trust, And Brand Awareness On Purchase Intention: A Study On Generation Z Users By.U Provider In Surabaya. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3).
- Putri, M., & Mulyani, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sabun Mandi Merek NUVO (Studi Kasus Di Desa Rawang Kota Pariaman). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(1), 721–729.
- Subkhan, F., & Barrygian, F. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Personality terhadap Keputusan Pembelian Layanan Hiburan Digital Subscription Video on Demand (SVOD). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 72–83. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.62101>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Sumarga, H. E., Rofiq, I. S., & Mahendra Yulianto, F. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo Store The Influence Of Social Media Marketing And Brand Image On Purchasing Decisions On Erigo Store Products. *Digital Business Journal*, 3(1), 51–60. <https://doi.org/10.31000/digibis.v3i1>
- Syakinah, W., & Adlina, H. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Online Consumer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc (Studi pada Mahasiswa di Kota Medan). *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 163–170. <https://doi.org/10.32493/dr.b.v7i1.37553>

- Syarifuddin, & Al Saudi, I. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan Spss* (S. Al Saudi, Ed.). Bobby Digital Center.
- Utomo, H. Y., & Purwanto, S. (2022). Social Media Marketing, Brand Image dan Trust terhadap Repeat Purchase pada Marketplace. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1305–1315. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4500>
- Zulfa, A., Vutri, F., Komariah, K., & Mulia, F. (2023). *Analysis Of Social Media Marketing And Brand Love On Brand Loyalty Study Of Skintific Product Marketing On Followers Instagram Kawaidollshop Analisis Social Media Marketing Dan Brand Love Terhadap Loyalty Brand Studi Pemasaran Produk Skintific Pada Followers Instagram Kawaidollshop.*