

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 14, 2723-424X.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Arnisdhea, D. A., Budiarmo, A., & Pradhanawati, A. (2024). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Naavagreen Natural Skin Care Banyumanik Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(4), 835-846.
- Bagaskara, N. N., & Ngatno. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. X, No. I | 726.
- Budiarti, R. H. S. (2023). *Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis*.
- Federiko, Y. (2021). Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Premium Aplikasi Streaming Musik Spotify (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Falhamdany, Z., & Ikaningtyas, M. (2025). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchasing Decisions on Samsung Brand Smartphone Products (A Study on Students of UPN" Veteran" East Java). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(3), 11367-11379.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, D. (2024). Persepsi Nilai dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 11(2), 95-101.
- Isnawati, L., & Rafida, V. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Pada Driver Ojek Online Di Kota Surabaya. *Journal of Economics, Management, Business, and Accounting*, 2722-6328.

- Khumaeni, S. A., Tuhagana, A., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 2597-5234.
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Mixue di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 1(3), 231-242.
- Liyono, A. (2022). Pengaruh brand image, electronic word of mouth (E-WOM) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73-91.
- Panggabean, S. A., Tanjung, A., Tanjung, A., Nasution, Z. A., & Hutagalung, J. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Vivo di Toko Mitra Cell Kota Sibolga. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(2), 825-842.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Putra, F. P., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The influence of product quality, product design and brand image on the purchase decision of Honda beat motorcycle Nusantara Sakti dealer west Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 268-279.
- 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.
- Rendelangi, A. B., Sahyuni, S., & Manan, L. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60-71.
- Rifai, A. W., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2829-7547.
- Rizky, Fadhillah, M., & Maharani, D. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Scoopy di Yogyakarta). *Jurnal Kewarganegaraan*, 2723-2328.

- Rozi, A., Budianto, A., Evrina, E., Marnas, M., & Fadillah, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Honda Berangka ESF. *Jurnal Maneksi (Manajemen Ekonomi dan Akuntansi)*, 13(2), 437-448.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sasikirana, S. E. A., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10384-10391.
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone merek Vivo pada Toko Bandung Jaya AY Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 48-59.
- Syarifuddin, S., Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran.
- Sanmukhiya, C., & Ijeem, D. B. (2022). Examining the Effects of Brand Addiction, Brand Image and Social Factors on Brand Loyalty in Mauritius. *International Journal of Special Education*, 37(3).
- Taviprawati, E., Prabandari, W. D., Tarigan, E., & Enggriani, M. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Minat Beli Makanan Organik Pada Kaum Millennial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23–31.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183-195
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2022). Strategi Pemasaran Berdasarkan Nilai: Kunci Untuk Mendapatkan Pelanggan Yang Loyal di Tengah Ketatnya Persaingan Usaha Dalam Era Pandemi Covid-19. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 5(1), 110-117.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan transportasi online (Studi pada konsumen Maxim di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 511-521.
- Wedawati, T. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian motor matic Honda Scoopy di Kota Samarinda. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 146–154.

Yani, T. E., & Kuswardani, D. C. (2021). Menggali persepsi kualitas layanan, persepsi nilai pelanggan, dan keputusan pembelian kembali pada pendidikan tinggi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 192-200.