

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. S., & Jaya, R. C. (2025). *Pengaruh Brand Image , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Signature di Kota Bandung*. 4(3), 308–317.
- Agustina, M., & Acyasmoro, V. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TITIK RINDU COFFEE & VENUE*.
- Agustinningtyas, D. (2025). *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia Simulasi Kenaikan Tarif Cukai Rokok terhadap Kinerja Ekonomi Rokok di Indonesia Simulasi Kenaikan Tarif Cukai Rokok terhadap Kinerja Ekonomi Rokok di Indonesia Simulation of the Increase in Cigarette Excise Rates on the Economic Performance of Cigarette in Indonesia Pendahuluan*. 25(2), 231–250. <https://doi.org/10.7454/jepi.v25i2.1632>
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran)*.
- Ariyanti, D., & Hendratmoko, C. (2025). *Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone Pada Kalangan Generasi Z*. 4(4), 4613–4622.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang)* *Vika*. 7(2), 1065–1069. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Atik Purmiyati, Musta'in, Lucy Dyah Hendrawati, Sri Wahyuni, T. S. (2023). *Abdimas Galuh THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC POTENSIAL BASED ON LOCAL CULTURE FOR IMPROVING EXPORT COMPETITIVENESS OF COFFE AND*. 5(September), 1423–1431.
- Basaruddin, & Parhusip, A. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Daya Tarik Promosi , Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT . Bintang Realty Multiland*. *Manajemen Kreatif Jurnal, Volume.1,(1)*.
- Clarissa, M. I., & Ellitan, L. (2023). *Peran Brand Equity dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Brand Loyalty*. 2(2), 249–262.
- Diva, A., & Sidharta, H. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK SKINCARE LOKAL*.
- Dr. Abdul Muin, M.Pd., M. (2023). *Buku Ajar METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Fauziah, Y., Dwikotjo, F. S. S., & Ali, H. (2023). *Pengaruh Online Consumer*

- Review , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. 1(1), 48–64.*
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). *Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu . ( Arib , M . F . , dkk , 2024 )*.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Research Methods in Applied Linguistics 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>
- Harjoni. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK KRETEK DJI SAM SOE DI KOTA PALANGKA RAYA. *JURNAL EKONOMI INTEGRA, 13, 338–346.*
- Indonesia, D. I., & Kesejahteraan, S. (2025). *DINAMIKA SOSIAL-EKONOMI PETANI TEMBAKAU. 01(01), 574–584.*
- Indonesia, M. (n.d.). *Ini Pasal Aturan Pembatasan Rokok dan Iklan Rokok di PP 282024.*
- Indonesia, P. K. (2023). *PROFIL KESEHATAN INDONESIA 2023.*
- Jannah, M. W. Al, Faradita, P. A., & Adriyanto, A. T. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21(2), 105–116.*
- Jodi, S., Ekonomi, F., Mahasaraswati, U., & Pendahuluan, I. (2024). *Pengaruh Brand Awareness, Persepsi Harga dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk IQOS di Bali. 5.*
- Kawulusan, A., Adam, A., & Makalalag, M. (2025). KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER ( STUDI KASUS DI ELMOOI STORE KOTA TOMOHON UTARA ). *Jurnal EHO, 5(2).*
- Kumbara, V. B. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK. *JIMT, 2(5), 604–630.*
- Mandak, E., Tumbel, M. T., & Mangindaan, V. J. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Dapur Sedap Om Dol di Manado. 2(3), 203–207.*
- Mashudy, M., & Suriyanto, M. A. (2024). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 (Studi Pada Konsumen Di Kabupaten Gresik) Mohammad. 5, 47–60.*

- Mustofa, A. N., & Wiyadi. (2023). *Pengaruh brand image, kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup terhadap keputusan pembelian*. 18(1), 136–147.
- Nakrowi, J. E. P. (2024). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAS Hujan Merek Plevia di Toko Dian Denpasar. *Jurnal Bakti Saraswat*, 13(01).
- Nganjuk, S. K. (2025). *Statistik Daerah Kabupaten Nganjuk*.
- Nurrania, A., & Kristiningsih. (2024). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III Kualitas Sumberdaya Manusia PROSIDING SEMINAR NASIONAL KUSUMA III*. 2, 408–422.
- Perindustrian, K. (2023). *LAPORAN KEUANGAN AUDITED TA 2023 KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN*.
- PRATAMA, A. Z. (2024). *PENGARUH HARGA, TARIF CUKAI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK GUDANG GARAM SURYA DI KECAMATAN PUCUK, KABUPATEN LAMONGAN*. 20042197.
- Priadi, A., Winarno, S. H., Rangga, A., & Nalendra, A. (2025). *GOYAHNYA SANG RAKSASA ROKOK INDONESIA : FAKTOR- FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN PT GUDANG GARAM DENGAN ANALISIS SEM-PLS DAN ALTMAN Z-SCORE THE DECLINE OF INDONESIA ' S CIGARETTE GIANT : DETERMINANT FACTORS OF PURCHASE DECISIONS AT PT GUDANG GARAM USING SEM-PLS AND ALTMAN Z-SCORE*. 13(3), 1–13.
- Putra, E. T. K., & Pudjoprastyono, H. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL*. 17(1), 100–109.
- Putri, E. M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Widya, S., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). *Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keunggulan Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif pada Produk Kosmetik*. 3(1), 1–9.
- Qushoyyi Rio Rohmi, Rahmadhani Muhammad, N. L. (2023). *Efektivitas Komunikasi Visual Gambar Peringatan Pada Kemasan Rokok Terhadap Kesadaran Kesehatan (Analisis Deskriptif Korelasional pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Karawang Angkatan 2018)*. 9(June), 453–462.
- Ramadani, U. P., Muthmainnah, R., & Ulhilma, N. (2025). *Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan : Antara Validitas dan Representativitas*. 574–585.
- RI., K. K. (2019). *PMK 152/PMK.010/2019*. 5.

- RI., K. K. (2020). *PMK 152/PMK.010/2020*. 5.
- RI., K. K. (2021). *PMK 152/PMK.010/2021*. 5.
- RI., K. K. (2022). *PMK 152/PMK.010/2022*. 5.
- Rumengan, G., Tumbel, L. A., & Djemly, W. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SMARTPHONE OPPO DI MANADO*.
- Sari, M. B. S. U. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya*.
- Setyawan, I. Z. F. P. R. R. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi ). *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3), 1466–1478.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). *Peran Citra Merek dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen : Sebuah Kajian Teoritis*. 1(10), 3794–3807.
- Sofyani, H., & Survei, R. (2025). *Penggunaan Teknik Partial Least Square ( PLS ) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei*. 9(1).  
<https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024a). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024b). *PLS-SEM for Multivariate Analysis : A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS*. 4(3).
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN* (A. Asari (ed.)).
- Sugiono, P. D. (2023). *Metode Penilitia Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Sumangelipu, A., Muzakkir, & Hikmah, B. N. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik di Toko Dzikra Vape Sengkang*. *Journal Of Economic*, 3.
- Tan, J., & Tj, H. W. (2025). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK IQOS DI INDONESIA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. 7(1), 15–27.
- Wijaya, E. N., & Windasari, N. A. (2025). *Analyzing The Impact of Price, Brand Perception, and Flavor Importance on Consumer Switching Behavior: A Case Study of Gudang Garam in The Indonesian Cigarette Market*. 7, 1604–1619. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i5.7203>
- Zafar, A. O., Gunawan, C. I., Manajemen, S., & Tunggadewi, U. T. (2025). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Rokok yang Tercatat di Bursa Efek*

*Indonesia Periode 2020-2023*. 3(1), 1–12.

Zardiana, & Firdausy, C. M. (2025). *Factors Influencing The Decision To Buy Cigarettes In South Tangerang*. 5(7), 6166–6181.