

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. A. (2019). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press
- Adnan & Abubakar, R (2021). *Manajemen Pemasaran, SEFA BUMI PERSADA, Lhokseumawe*
- Afdillah, L. (2021). *HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FASHION NIBRA ' S (Studi kasus pada Toko Rahnem Kabupaten Tegal)*. 1–7.
- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>
- Anang Firmansyah. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning &Strategi)*
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115–120. <https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2.871>
- Armansyah. (2021). *Manajemen Pemasaran “Kepuasan Pelanggan”* (A. Putranto, Ed.).
- Astuti, R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akmami (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204–219. <https://doi.org/10.53695/Ja.V2i2.154>
- Cesariana, C. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211– 224. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.867>
- Chalil, D., Sari, P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *Brand Islamic Branding & Rebranding*. Rajagrafindo.
- Chandra, A.P. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Outlet Mini Melts Surabaya. *AGORA* Vol. 7, No. 1 (2019)
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian*

Finance, Economics and Business, 8(3), 585–593.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>

Darmansa,A.dan Yosepha,S.Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur.Jurnal Ilmiah MahasiswaManajemenUnsruya, Vol.1, No.1.

Dimas, Erlangga Putra., Dinalestari, Purbawati. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.

Febriyanti, F., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.917>

Feigenbaum, A.V. (2016). Kendali Mutu Terpadu. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga

Ferdinand C.E & Nugraheni R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki. <https://repository.usm.ac.id>

Fetrisen, Nazaruddin Aziz. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek AICOS. Padang: KBP

Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 6(1), 35. <http://jurnal.asmtb.ac.id/index.php/jsab/article/view/271>

Gitosudarmo, Indriyo. (2019) Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Cetakan Keenam. Yogyakarta: BPFE

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hair, Joseph F.,G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., And Marko Sarstedt. 2017. A Primer On Partial Least

Hasan, M. N., Wolok, T., & Kango, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Wanita

- Berhijab Di Kota Gorontalo. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.47201/jamin.v3i1.60>
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi*, 18(4), 826–831. <https://doi.org/10.30872/Jinv.V18i4.12122>
- Imawati, Siti Asriah, & Dkk, Agng Budi. (2019). *yakni 40,231 > 1,984, variabel Harga (X2) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan t. 1(1).*
- Indah Septiayu. (2023). *Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember) Skripsi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Rabbani (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren Nurul Islam Jember)*.
- Intakorisi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur Bca M-Banking. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri*, 4(1), 16–21. <https://ejr.stikesmuhkudus.ac.id/index.php/jatmi/article/view/1806>
- Kartika, E.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(1), 73–82. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.778>
- Khasanah, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image, Kualitas Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nadiraa Hijab. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Khasanah, L. (2020). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ar Rafi Di Han Shop Fashion Center Kaliwungu Kendal. *Skripsi*, 1–23.
- Khotimah, N., & Soliha, E. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, Price Perception on the Purchase Decision Process of Food and Beverages*. 3(1), 169–176. <https://doi.org/10.4108/eai.12-7-2023.2340952>
- Kotler, P. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN* (C. Hasibuan & G. Hutauruk (eds.); 5th ed.). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 16.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada I Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: Cval Fath Zumar.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku_new.pdf
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Miati, L. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwira*, Vol.1, No.2.
- Millaningtyas, D. A. H. P. A. A. P. R. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Proceeding SENDI_U*, 1–15.
- Mulianto, M. B., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Citra Merek (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 15(1), 110-114.
- Nardo, L., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer Cv. Supra Jaya Motor Cianjur. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 433–448. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.234>
- Nayumi, S., & Sitinjak, T. J. R. (2020). Pengaruh Country of Origin Image, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree Di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 136–146. <https://marketears.com/di-balik-kesuksesan-merek-kecantikan-korea/>
- Ngatno. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN* (first). EF press Digimedia.
- Prastika, D. D. (2020). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada Toko Distro Kaos di Kota Dumai Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*, 75.

- Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra merek terhadap keputusan pembelian kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone: Studi Kasus Mahasiswa Uin Raden Intan Bandar Lampung. Srikandi: Journal Of Islamic Economics And Banking, 2(1), 35–44. <https://journal.iainnumetrolampung.ac.id/index.php/srikandi/article/view/2963>
- Saraswati, C. D., & Evelina, T. Y. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Kota Tulungagung. *Aplikasi Bisnis*, 8(1), 85–90.
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Setyo, P. E. (2017, Februari). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantuan.Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sumiati, & deni gea. (2021). pengaruh harga,brand imgae dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk obat bermerek pada PT bernofarm. *Manajemen Universitas Bng Hatta*, 16. n.
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan First Media). *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.

- Suratmiyati, S., & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *Management and Business Review*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i1.4629>
- Sutisna. (2019). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tjiptono, F. (2019). *kepuasan pelanggan-konsep, pengukuran, dan strategi*.
- Tjiptono, Fandy. (2019), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. *Kepuasan Pelanggan – Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2019.pp.21-136
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Wijaya, T. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks.
- Yuniwinarti, & Zed, etty zuliawati. (2023). The Influence Of Product Quality Price And Promotion On Purchase Decisions Of Hijab Rabbani Syar'i Model At The Rabbani Villa Mutiara Cikarang Selatan Store. Yuniwinarti, et.al THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PRICE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS OF. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Yusuf, A. (2021). THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER PURCHASE DECISION ON OPPO SMARTPHONE PRODUCTS IN SOUTH TANGERANG CITY. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal*, 2(1), 472–481.
- Zulkarnaen, M. F. (2023). Sistem Survei Kepuasan Masyarakat Pada Pembuatan Kartu Tanda Penduduk. *Jurnal Ilmiah Ikip ...*, 9(2). <https://Ejournal.Undikma.Ac.Id/Index.Php/Jiim/Article/View/7059%0ahttp://Ejournal.Undikma.Ac.Id/Index.Php/Jiim/Article/Viewfile/7059/4110>

