

## DAFTAR REFERENSI

- Amila, S. Dan Nst, M.O. S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*. Volume 6 Nomer 1. Mei 2017. Hal 661-667
- Amron, A. (2018). The Influence Of Brand image, Brand Trust, Product Quality, And Price On The Consumer's Buying Decision Of Mpv Cars. *European Scientific Journal*, 14(1).
- Ananta, Yuono Roli., Agustina, Tin., dan Bukhori, Moh. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, dan brand imagr terhadap keputusan pembelian mangkok pelek truk pada pt prma bhakti idaman jakarta. *Jurnal ekonomi manajemen dan bisnis*, 4(2).
- Aprilianti, B., Biby, S., dan Muchsin. (2023). Green marketing dan keputusan pembelian produk tupperware. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1), 111.
- 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.low di kota semaran). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 1065-1069.
- Dede, H., Denisa, dan Wulandari (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12).
- Denpasar, K., & Kunci, K. (2019). Peran brand image dalam mernediasi pengaruh kualitas produk. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*. 8(11), 6721-6740.
- Gifanil, A. & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis Dan Iptek*, 10(3), 86-87.
- Kardinah, Meutia., Hadita, dan Wirawan Widjanarko. (2021). Dampak brand image dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal of tecknopreneurship on economics and bussiness review*, 2(2).
- Keller. (2013). *Manajemen pemasaran. Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Kompas.id. *Skintific sukses raih beragam penghargaan dan jadi skincare banyak dicari*. Kompas.id
- Kotler & Armstrong. (2012). *Principles of marketing*. New Jearsey: Pearson Education Limited.

- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen pemasaran., jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, and Keller. (2012). *Marketing manajemen (14th ed)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran, jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen pemasaran, perpektif asia (pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1. Edisi ke-16. In manajemen pemasaran (vol. 7)*.
- Kotler, P., & Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran. jilid 1. edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada merek uniqlo (studi pada konsumen uniqlo dp mall semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Lailatan Nugroho, B.I. (2017). Analisis pengaruh brand image, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil (studi kasus mobil lcgc di surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12 (1), 1-8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12il.75>
- Loviga, L. T., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap pembelian produk erigo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 341–355
- Lubis, D. I. D & Hidayat, R. (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 16-17.
- Marcelina, Putu Silvia., Teyseran, Yosephine Jessica., dan Hellyani, Catharina Aprilia. (2023). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk fashion pada konsumen indonesia. *Jurnal Jimek*. 3(2).
- Mardiyanti, M., & Adriana, A. N. (2022). Pengaruh harga dan kuantitas produk serta review produk terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091-1109.
- Mariska, A. I. V. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan pt. Siantar top, tbk sidoarjo. *UBHARA Management Journal Volume*, 1, 408–412.

- Muhammad, Naufal., dan Kramadbrata, Budi Santoso. (2022). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian erigo di e-commerce shopee di jakarta barat. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen dan Akuntansi (JISMA)*, 1(4), 695-700.
- Ni'mah, N. N. I., & Saputro, E. P. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen skincare skintific. *Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Primadasi, A., & Sudarwanto Tri. (2021). Pengaruh brand awareness, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Forum Ekonomi Unmul*, 413–420.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sartika, S. N., Anita, E., Mubyarto, N., & Munsarida. (2022). Pengaruh perilaku konsumen dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian busana muslimah pada online shop. *Jurnal Makesya*, 2.
- Sulthan, Ahmad K, D. (2017). Pengaruh brand image, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1(1), 203–213.
- Usman, Husaini. & Purnomi Setiady Akbar (Ed). (2020). Pengantar Statistika Cara Mudah Memahami Statistika. Edisi Ketiga. Bumi Aksara
- Vanessa, I. & Arifin, Z. (2017). Pengaruh citra merek (brand image) dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen (survei pada mahasiswa program studi administrasi bisnis fakultas ilmu administrasi brawijaya malang tahun angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 pengguna kartu pra-bayar simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 46.
- Wulandari, R. D. & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(1), 18.
- Yunita, Puput, and Lies Indriyatni (2022). Pengaruh brand image, daya tarik iklan , dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian ms glow (studi kasus pada pelanggan ms glow kota semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5: 279–87.