

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-Wom*, Dan *Brand Trust*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Airlangga, I. B. (2021). *Brand Equity, Brand Image Terhadap Customer Value Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan*. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3).
- Amin, A. M., & Natasha, S. (2019). *Analysis of The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision of Nestle Pure Life Bottled Water* Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Nestle Pure Life. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(2), 188–198. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand and Body Lotion* Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andini, D. T. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Merek Cleo Di Kota Praya. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027> <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku konsumen. Rena Cipta Mandiri.
- Apriani & Bahrin. (2021). Pengaruh citra merek kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i4.22>
- Assauri, Sofjan. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Bagida, D. L., Tumbel, T. M., & Mukuan, D. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV. Lion Jailolo. *Productivity*, 2(2), 146–151. [https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/34132/32203/71920#:~:text=Menurut Alma \(2011\)%20keputusan,dan mengambil kesimpulan berupa respon](https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/34132/32203/71920#:~:text=Menurut%20Alma%20(2011)%20keputusan,dan%20mengambil%20kesimpulan%20berupa%20respon)
- Bahri dan Herlina. 2017. Pengaruh Citra Merek dan kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Merek Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2): 99-109.
- Chandra, Y. (2020). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Persistensi Laba, Dan Risiko Sistematis Terhadap Earnings Response Coefficient (Erc) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2018. *Akuntoteknologi*, 12(1), 12–28. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.366>
- Ellin, A. S., Sulasih, Hilyatin, D. L., & Shafrani, Y. S. (2023). Memprediksi Intensi Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Agama Islam Di Banyumas

Indonesia Dengan Label Halal Dan Theory Planned Behaviour. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 25–41.

Ely, (2021). Penataan produk.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 176–188.

Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>

Faturochman, E., & Mubarak, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Mikro (Studi Kasus PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Sukajadi Bandung). *Journal on Education*, 5(4), 13907–13914. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2409>

Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. Buku Pemasaran Produk Dan Merek, *August*, 1–337.

Geni, B. Y., Santony, J., & Sumijan. (2019). Prediksi Pendapatan Terbesar pada Penjualan Produk Cat dengan Menggunakan Metode Monte Carlo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1(4), 15–20. <https://doi.org/10.37034/infec.v1i4.5>

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Gunawan, Arie (2022) Pengaruh Promosi, Harga, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Tokopedia (Studi Kasus Guru dan Karyawan SDN Kelurahan Klender Jakarta Timur). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). No Title. In *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Cengage Learning.

Ichlasul Naufal Hakim, & Imam Nuryanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Digital Canon Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(2), 10–16. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v1i2.118>

Indrianto, A. P. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amdk Ades (Studi pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Ades di Yogyakarta)*. 627.

Iradawaty, S. N., & Airlangga, I. B. (2021). Brand Equity, Brand Image Terhadap Customer Value Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 852–863. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36200>

Irawan, R., & Suryanto, T. A. (2022). Aplikasi Teori Humanistik Abraham Maslow Dan Aktualisasi Diri Di Kalangan Mahasantri Intensif Al-Amien Preduan Sumenep. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 31.

<https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v3i1.630>

- Iswandari, C. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shoopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya). *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 1–9. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jsbr/article/view/3397/2697>
- Kenneth dan Donald, 2018. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*. Volume 9 Nomor 2 Mei 2020.
- Kotler dan Keller. (2020). *Intisari manajemen pemasaran*” (6th ed). Andi Offset
- Kotler Phillip. (2021). *manajemen pemasaran*. CV Budi Utama, Jakarta
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). *United Kingdom: Pearson*.
- Latour, B. (2018). Aramis. *Aramis*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.1628/978-3-16-156172-6>
- Lestari, W. (2022). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah Lokal Di Pasar Pagi Arengka Kota Pekanbaru Provinsi Riau Waris Lestari 174210340 Skripsi.
- Mappadeceng, R., & Fhaikhoh, N. (2022). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Arthess PT. Lingga Harapan Jambi (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Pinang Jambi Timur). *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 20. <https://doi.org/10.33087/eksis.v13i1.296>
- Mardia et al., 2021. *Strategi Pemasaran*. Medan. Yayasan Kita Menulis
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Issue september 2016).
- Mochamad Deden Sukmana, M., Hannan, S., & Horas V Purba, J. (2020). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69–79. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1)
- Novel, A. H., Kamanda, S. V, & ... (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Studi Pada Pelanggan Sinar Mart Jalan R Soeprapto Batam). *Jurnal Al ...*, 1(1), 33–38. <https://ejournal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/jurnalalamal/article/view/124%0Ahttps://ejournal.institutabdullahsaid.ac.id/indenphp/jurnalalamal/article/download/124/6>

- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pratama, I. P. P., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Ades di Wilayah Rungkut Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1180. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.738>
- Pratiwi, R. S., Salim, U., & Sunaryo, S. (2021). *The Effect of Brand Experience and Perceived Value on Brand Loyalty Mediated By Brand Trust*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), 310–318. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.07>
- Putri, C., & Trisnowati, J. (2021). Surakarta Management Journal. *Surakarta Management*, 2(1), 103–110.
- Qomariah, Nurul. 2011. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, Vol.X No.1.
- Ramli, Y. (2020). Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kinerja Bisnis Industri Pupuk Organik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 211–222. Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra merek
- Rosyidi, (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Iklan Media Sosial Yang Berdampak Pada Meningkatnya Keputusan Pembelian Air Minum Le Minerale, *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Setiawan, H. Y., & Alwie, A. F. (2019). Peran Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Merek Apple di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 258–271.
- Setiyana, Yusi, S. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang). *Prosiding SENDI_U*, 476–483.
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Al-Multazim Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25–38.
- Sugiono. (2019). Pengaruh Harga, Iklan, *Lifestyle* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. 6. <http://repository.unpas.ac.id/34288>
- Sutiyono. R., & Brata. H. (2020). *The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajutama Osaka Steel*. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*. 1(6), 945–967 Utami, Christina W. 2012. *Manajemen Ritel*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019) *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi* :

Penerbit Andi Yogyakarta

- Yosef Tonce, SE., MM Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., M. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*.
https://books.google.co.id/books?id=96NxEAAAQBAJ&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Torres, T. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel Pada Pt. Bosowa BerlianMotor Cabang Bone. 111.
- Vaudia, C., Moch, C., Dzulkirom, A. R., & Zahroh, Z. A. (2017). Analisis *Activity Based Costing System* Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Gula Menentukan Harga Jual Gula (Studi Kasus Pada Pt. Pg. Kebon Agung Unit Pg. Kebon Agung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol, 48(1)*, 1–10.
<https://www.neliti.com/publications/88061/analisis-activity-based-costing-system-dalam-penentuan-harga-pokok-produksi-gula>
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja*. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2),212.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- 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%0ahttps://EJournal.Undikma.Ac.Id/Index.Php/Jiim/Article/Viewfile/7059/4110>