

DAFTAR PUSTAKA

- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*. ALFABETA.
- Angelia, Kasih, Y., & Lestari, R. B. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi Penjualan , dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di Dealer Honda Union Motor Palembang*. x, 1–18.
- Apriani, S., & Bahrun, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 14–25.
- Astuti, & Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Budi Utomo.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dyas, B., & Agustinus, B. (2018). *Validitas dan Reabilitas Penelitian*. Mita Wacana Media.
- Fandy Tjitono dan Diana. (2020). *pemasaran*.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Publikasi Ilmiah*, 689–705. <http://hdl.handle.net/11617/9995>
- Fitriana, R., & Suprehatin, S. (2018). Aplikasi Theory of Planned Behavior Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia Dan Malaysia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(2), 149. <https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.2.149-168>
- Fitriani Latief, Baharuddin Semmaila, A. A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik. *Sudut Pandang Manajemen Riset* 3, 2.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J. Co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377.

- Harman Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran*. ALFABETA.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Komsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Kadek Edi Juliana¹ , Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi², G. P. A. J. S. (2018). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*, 5, 1.
- Karunia, A. T. F., Nawangsih, N., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Garnier Men di Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 3(3), 1–7. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/502>
- Lia, A., Ibdalsyah, I., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 263–273. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.788>
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. *Jbma*, VOL IV(2), 50–59.
- Lolang, En. (2014).) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, 3(3), 685–696.
- Lukitaningsih. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur*, 3(1).
- Mauliyani, E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks Di Apotek Kimia Farma Ayip Usman Kota Serang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 166–171.
- Mulyantomo, E., Sulistyawati, A. I., & Triyani, D. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Dan Digital Branding Dimasa Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku UMKM di Desa Tegalarum Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak. *Tematik*, 3(2), 199–210.

<https://156.67.218.228/index.php/tematik/article/view/4218%0Ahttps://156.67.218.228/index.php/tematik/article/download/4218/2318>

Nanda Yuli Tania, Mokhammad Taufik, Z. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Butik Fayya Galery Pulo. *Proceedings ...*, 4(1), 216–222. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/364%0Ahttp://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/download/364/322>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Novita Rosanti, K. N. S. (2021). Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sturrbuck (Trans Studio Mall Makassar). *Ekonomi Kuantitaif Dan Studi Manajemen* 2, 2.

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>

Priambodo, P. D., Jariah, A., & Hidayat, Z. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone Xiaomi Sebagai Daily Driver Oleh Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang*. 31–36.

Prof. Dr. Sugyono. (2018). *STATISTIK NONPARAMETIS Untuk Penelitian*. 114.

Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>

Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi*,

- Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Setiadi, J. F., & Ruslim, T. S. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Konsumen (Studi pada Toyota Agya). *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 603. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9572>
- Setiawan, A. B. (2017). Kebijakan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Mendorong Pembentukan Model Bisnis Masa Depan. *Journal Pekommas*, 2(2), 193–204. <https://tinyurl.com/y3vluuto>
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018a). *STATISTIK NON PARAMETRIS*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018b). *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Syaiful Bahri. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Syamsiah, S. N., Muttaqien, F., & Ato'illah, M. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Toko SJ Tempeh Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 114–126.
- Tantowi, B. F., & Saino. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1076–1082.
- Tazkiyunnisa, M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang*, 3–23.
- Titana Auriel dan Sri Yanthy Yosepha. (2022). 97-196-1-Sm. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(3), 244–254.
- Trimulyani, S., & Herlina, N. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Pada Lazada Di Masa Pandemi

Covid-19. *Liaison Journal of Best*, 1(2), 47–58.

Umar, M. S., Nawangsih, & Muttaqien, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Cv. Arlin Di Desa Tempeh Kidul Kabupaten Lumajang. *Riset Manajemen*, 2(1), 38–44.

Wahyudi, & Yusuf, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud Tirta Jaya Usaha. *Manajemen Pemasaran*, 1–27. https://www.bertelsmannstiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdf http://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India_globalisation%20societyand

[inequalities%20sero%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/43447/1/India_globalisation%20societyand) <https://www.quora.com/What-is-the>

Zuraidah ida, I. N. H. (2020). pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sampo Sariayu Hijab pada mahasiswi Ekonomi Syari'ah STAIN Kediri 2014. *Ilmu Dan Bumi Lingkungan*, 1.

