

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Afif, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT. Singa Mas Pandaan. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 104. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.11>
- Aini Tabar, F., & Farisi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital Tahun*, 2(1), 1–19.
- Ali Hasan. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Prettyfit Pada Pt.Christoper Adidaya Rekananda. *Skripsi*, 12(2004), 6–25.
- Alif Viando, H. R., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi kasus pada *Brand Vamo* di Yogyakarta). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 503–516. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.663>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andhita, R. S. & H. aglis. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan dan Eksperimen*. DEEPUBLISH.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Aqil, A. D. C. (2020). Studi Kepustakaan Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Di Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah Pamenang*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.53599/jip.v2i2.58>

- Ariana, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta*. 1–23.
- Artameviah, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran : Dasa Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Astuti, W. (2020). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung). *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3)*, 248–253.
- Burhan, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Group.
- Dr. Vladimir, V. F. (2018). Skala Pengukuran. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Eka Saputri, L., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nibras House Mini Johor Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(1), 92–103.
- Ermawati, E., Yatminiwati, M., & Rizal, N. (2021). Kendala Dan Strategi Operasi Persediaan Galaxy Dept Store Menghadapi *Panic Buying Corona Effect*. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.58431/jumpa.v14i1.209>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Firsti Zakia Indri, & Gerry Hamdani Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan*

*Kewirausahaan*, 2(2), 236–252. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>

Fure, Lopian, & A. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 367–377. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/71116%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/71116/6628>

Ghazali, I. (2020). *Grand Theory*. Yoga Pratama.

Hendrayadi, S. (2018). *Metode Riset Kuantitatif*. Prenadamedia Group.

Hidayati, F., Ermawati, E., & Irwanto, J. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gamis *Brand Aulia Fashion* (Studi Kasus Pada Warga Kec. Padang-Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 63–70. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/644/499>

Husnul Khaatimah, R. W. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran *Cooperative Integrated Reading and Composition* Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2(2), 76–87.

Ii, B. A. B. (2016). *Bab ii uraian teoritis 2.1*. 7–25.

Ii, B. A. B., & Pustaka, K. (2021). *Menurut Aaker (2013) Citra merek adalah bagaimana pelanggan dan orang lain memandang suatu merek*. 2020.

Ika, D. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *STEI: Jurusan Ekonomi*, XX(XX), 1–22. [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W \(2\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal%20Indo%20Ika%20Devi%20W%20(2).pdf)

Irawan, P. R., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>

- Kando, G. S. M., Irawan, J. P., & Adriana, E. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Pada Minat Beli Playstation 4. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 262–269. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i2.259>
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Liyono, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i1.1089>
- M Nurlina. (2020). pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih KUR di cab. Mahanan Solo. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–7.
- Musyawah, I. Y. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59.
- Noviansyah, P. R. W. D. & R. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Nursaimatussaddiyah, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. Inovasi Pratama Internasional.
- Paramita, R. W. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). Azyan Mitra Media.
- Paramita, R. W. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama.
- PRASMONO, A. S. P., & Atina Ahdika. (2023). Analisis Regresi Berganda pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Preservasi Jalan dan Jembatan Di Provinsi Sumatera Selatan. *Emerging Statistics and Data Science Journal*, 1(1), 47–56. <https://doi.org/10.20885/esds.vol1.iss.1.art6>
- Putu Silvia Marcelina, Yosephine Jessica Teyseran, & Catharina Aprilia Hellyanic. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 252–262. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i2.1805>
- Rachmawati, A., Agus Kana, A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN*, 1(2), 187–200. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Rahmayanti, N., & Saifuddin, M. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di Thriftshop Online Instagram. *Cakrawala: Management Business Journal*,

4(2), 847. [www.digimind.id](http://www.digimind.id)

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i2.286>

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sandra, B. D., Rachman, M. M., & Suharyanto. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 82–86.

Setiadi, J. N. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, dan Keinginan Konsumen*. Kencana.

Setiawati. (2021). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1581–1590. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308/261>

Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 6.

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan* (Apri Nuryanto (ed.)). Alfabeta.

Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). Menurut Sugiyono (2013), kerangka pemikiran merupakan alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap objek yang dituju. Jadi kerangka berpikir merupakan alur yang dijadikan pola. *Jurnal Pendidikan*, 54–103.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.

Sulaeman, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Cakrawala Citramega. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia Dan Keuangan*, 6(1), 125–145.

Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 3(1), 1096–1105.

Warshawsky, M., & Paul, F. W. (1971). the Independent Variable! *Simulation*, 16(1), 45–46. <https://doi.org/10.1177/003754977101600108>

Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Zulkarnaen, W. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 107–126. <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/52>