

DAFTAR PUSTAKA

- Adila Putri, H. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Ajeng Ayu Fatimah P, S. (2020). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Susu NaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera Kanca Purwodadi). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 18(1), 1–150. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v18i1.2106>
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Bpfe.
- 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>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 14–25.
- Arifa, N., Hatono, & Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Armstrong, K. (2016). *Keputusan Pembelian*. Erlangga.
- Armstrong, K. P. and. (2016). *Prinsip prinsip pemasaran* (edisi 13).
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (edisi pert). CV. Budi Utama.
- Bambang, S. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Cetakan Pe). CV. Budi Utama.
- Chalil Rifyal.D., & S. J. D. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global* (edisi pert). Rajawali Pers.
- Chandra, A. P., & Snatoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya.

Agora, 7(1), 1–5. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>

- Dewa C.B., Pradiatiningtyas D., & S. A. L. (2022). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Edisi 1.). CV.Graha Ilmu.
- Diaztuti, V. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan*. 1–8.
- Fanani Ivan, R. siti. (2021). *Analisis Data Kuantitatif Dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0* (Cetakan pe). CV. Budi Utama.
- Foster, B. (2020). *Komunikasi Pemasaran dan Manajemen Merek* (edisi pert). PT. Lontar Digital Asia.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*. (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (cetakan pe). CV. Budi Utama.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. (cetakan pe). Penerbit CV. Cipta Prima Nusantara.
- Keller, K. (2016). *Indikator Kualitas Produk*.
- Kotler, & A. (2016). *Principles of Marketing*. Person Education Limited.
- Kurniawan Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Alfabeta.
- Kusuma, E. P. (2021). *Pengaruh persepsi harga, brand awareness, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada air mineral aqua di kelurahan tompokersan, kecamatan lumajang*.
- Kusumastuti., A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (edisi pert). CV. Budi Utama.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (Cetakan Pe). Alfabeta.
- Manap, H. A. (2018). *Revolusi Manajemen Pemasaran* . Penerbit CV. Mitra Wacana Media.
- Maulana, A. (2017). *Teori Yang Biasa Digunakan Untuk Mengukur Perilaku Konsumen – Theory of Planned Behaviour, Binus University Business*

School,. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-planned-behaviour/>

- Muri, Y. A. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (cetakan pe). Kencana.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Ni'mah, A., Robustin, T. P., & Hidayat, Z. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Wardah Kosmetik Studi Kasus Pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. *Progress Coference*, 2(July), 549–556.
- Novitasari, E., Nawangsih, N., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh Packaging, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 4(4), 258–266.
- Paradis, W. S., Hidayat, Z., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 171–266.
- Resmiwati, I., & Lukiana, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pmebelian Hijab Elzatta di Toko Hera Hijab Tempeh Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 364–372.
- Rita. (2018). *Brand Image*. <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>.
- Riyanto, S. & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. deepublish.
- Rosad, S. (2020). *Teori Planned Of Behavior Theory*. 5(3), 248–253.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Edisi 2). CV.

Suluh Media.

- Setianingsih, W. E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 252–261.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, kombinasi, R&D, dan Penelitian Pendidikan*. (cetakan pe). Alfabeta.
- Surhayadi, P. S. (2016). *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (edisi 3). Salemba.
- Suryani, H. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (cetakan pe). PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74–85.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran* (edisi pert). CV. Andi Offset.
- Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. UPP STIM YKPN.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (edisi pert). PT Rajagrafindo Persada.
- Wiratna, S. V. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif* (edisi pert). PT. Pustaka Baru.
- Yanti F, Andari Titiek, K. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Madam Gie. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 401–407. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.
- Yuliardi Ricki, N. Zu. (2017). *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS* (edisi pert). Innosain.