

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Ashrori, T. I., & Santosa, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Strategi Co-Branding, Harga Produk, Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Lokal Aerostreet dengan Minat beli Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 12, 13.
- Eltonia, N., & Anindita Hayuningtias, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Manajemen*, 6(2), 250–256. https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/2823/1#div_cari_detail,
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Fachry, F. (2020). Batik Karawang Di Ramayana Mall , Karawang the Influence of Pembelian Batik Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(1), 176–188. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand theory, 25 teori besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan bisnis*. Yoga Pratama.
- 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>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024a). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* (M. Pradana (ed.); Vol. 1, Issue July). EUREKA MEDIA AKSARA. <https://www.researchgate.net/publication/382028627>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024b). Uji Validitas dan Reliabilitas pada Data Penelitian Kuantitatif. In M. Pradana (Ed.), *CV.Eureka Media Aksara* (1st ed., Issue Juni). EUREKA MEDIA AKSARA. <https://exsight.id/blog/2022/04/18/uji-validitas-realibilitas-di-kuisisioner/>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (H. Warnaningtyas (ed.); Vol. 14, Issue 5). Penerbit Lakeisha.

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Istichomah, I., Nawangsih, N., & ... (2022). Analisis Bansos Wujud Kepedulian Pemerintah di Era Pandemi Covid19. *Proceedings ...*, 5(1), 55–60. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/434>
- Istiharini. (2006). *Co-Branding*. Bina Ekonomi.
- Izza, F., Supriyadi, A., & Kudus, I. (2023). *The Effect of Co-Branding, Brand Trust, and E-WOM on Interest in Buying Aerostreet Brand Shoes on Adolescents in Kudus Regency*. *Jebisku*, 1(2), 2023. <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/index>
- Karnita, I., Devi, G. K., & Arafah, M. F. (2022). Substitusi Mung Bean Milk terhadap Full Cream Milk dalam Pembuatan Panna Cotta. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 3(2), 11–19. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jpv>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba (ed.); 12th ed.). PT. INDEKS.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.)). Penerbit Erlangga.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Makkiyah, Hidayatinnisa, N., & Hadi, M. (2024). Pengaruh *Co-Branding*, Variasi Produk Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(2).
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.560>
- Musnaini, Totok Suyoto, Y., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen pemasaran* (H. Wijoyo (ed.); Issue April). INSAN CENDEKIA MANDIRI. www.insancendikiamandiri.co.id
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>
- Nurpriyanti, & Hurriyati. (2016). Pengaruh Kinerja *Co-Branding* Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* |, 1(1), 98–114. www.setkab.go.id,
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). AZYAN MITRA MEDIA.

- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Putra, R. A., & Hanggara, A. (2022). *Analisis Data Kuantitatif* (T. Lestari (ed.)). Jakad Media
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Putri, Y. A., & Damayanti, D. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan Co-Branding terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Simki Economic*, 7(1), 224–233. <https://doi.org/10.29407/jse.v7i1.587>
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. G. Indrawan (ed.)). Gita Lentera.
- Resmiwati, I., Lukiana, N., & Kasno, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pmebelian Hijab Elzatta di Toko Hera Hijab Tempeh Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 6(1), 364–372. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/923>
- Riyanto, S., & Andhita Hatmawan, A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen. In *Deepublish* (p. 373). Deepublish.
- Rochmatin, D. N. N., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Co-Branding, Celebrity Worship, dan Packaging Design terhadap Keputusan Pembelian Shampoo CLEAR TinyTAN. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3561. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i3.4062>
- Sari, A. K. (2013). Pengaruh citra merek dan keluarga terhadap keputusan pembelian honda beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 285–296.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and*

Development (S. Y. Suryandari (ed.); 4th ed.). ALFABETA.

Sukwika, T. (2023). Menentukan Populasi dan Sampling. In *Metode Penelitian “Dasar Praktik dan Penerapan Berbasis ICT”* (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373137498>

Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama (ed.); Vol. 1, Issue Oktober). UIR PRESS.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. C.V ANDI OFFSET.

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). Keputusan Pembelian Konsumen. In F. Rezeki (Ed.), *Journal GEEJ* (Issue 2). PT. Kimshafi Alung Cipta.

Yohana Dian Puspita, & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>

Zusrony, E. (2008). Perilaku konsumen. In R. A. Kusumajaya (Ed.), *Jakarta: Indeks*. Yayasan Prima Agus Teknik.

