

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). PERTUMBUHAN EKONOMI REGIONAL DI INDONESIA: PERAN INFRASTRUKTUR, MODAL MANUSIA DAN KETERBUKAAN PERDAGANGAN. *Economics Development Analysis Journal*, 25(1), 22–40.
- Anagari, A. M. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE*. 11(April), 13–45. Retrieved from <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Anam, M. S. ... 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>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Darsono, & Husda, N. E. (2020). PENGARUH DISTRIBUSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT MULIA MAKMUR LESTARI. *Emba*, 8(3), 44–53.
- Ericsen, & Heryenzus. (2020). Pengaruh Merk dan Kualitas Produk CCTV Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di PT Fokus Central Securindo. *Jurnal Scientia*.
- Fasha, A. F. ... Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN NPK MUTIARA DI UD.BARELANG TANI JAYA BATAM. *ECOBISMA*, 6, 37–53.
- Ibtisamah, A. Y. (2020). Analisis Pengaruh Duta Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian “Wardah.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Idham, E. R., & Suhardi. (2020). Pengaruh Promotion, Brand Image dan Word of

- Mouth Terhadap Keputusan Pembeli Handphone Samsung. *Ekuivalensi*, 6(2), 297–311.
- Ilmia, N. (2022). Faktor Penting yang Mempengaruhi Kualitas Produk. Retrieved from vocasia.id website: <https://vocasiasia.id/blog/faktor-kualitas-produk/>
- Juliyana, R., & Aulia, P. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK H&M DI BANDUNG*. 7(2), 9–19.
- Larasati, K. D., & Pamungkas, I. N. A. (2021). Penggunaan Brand Ambassador Laudya Cynthia Bella pada Bandung Makuta Cake sebagai Upaya Membangun Citra Merek. *Media Nusantara*, 17(1), 107–118. Retrieved from <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/1248>
- Larasati, N. (2019). UJI RELIABILITAS INSTRUMEN DENGAN METODE ALPHA CRONBACH. Retrieved from blogspot.com website: <https://metpenkuantitatif.blogspot.com/2019/03/uji-reliabilitas-instrumen-dengan.html>
- Lokadata. (2020). Pertumbuhan ekonomi Indonesia, 2010-2020. *Beritagar.Id*. Retrieved from <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2010-2020-1591171544>
- Maps, G. (2022). Data Lokasi. Retrieved from maps.google.com website: [https://www.google.co.id/maps/dir/Putera+Batam+University+\(Nagoya\),+Jalan+Raden+Patah,+Lubuk+Baja+Kota,+Kota+Batam,+Kepulauan+Riau/3W69%2B588+De+Mart,+Unnamed+Road,+Tanjung+Uncang,+Batu+Aji,+Bata+m+City,+Riau+Islands+29425/@1.1006687,103.9792678,13z/data=!](https://www.google.co.id/maps/dir/Putera+Batam+University+(Nagoya),+Jalan+Raden+Patah,+Lubuk+Baja+Kota,+Kota+Batam,+Kepulauan+Riau/3W69%2B588+De+Mart,+Unnamed+Road,+Tanjung+Uncang,+Batu+Aji,+Bata+m+City,+Riau+Islands+29425/@1.1006687,103.9792678,13z/data=!)
- Mardiana, N. R. (2019). *ANALISA PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK KOSMETIK EMINA (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta)*.
- Misno, A. ... Anita, T. L. (2021). *Fundamentals of Social Research : Methods, Processes and Applications* (GCAINDO, Ed.). Yogyakarta.
- Mulyono. (2019). Analisis Uji Asumsi Klasik. Retrieved from Binus.ac.id website: <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Nisa. (2022). 5 Tahapan Pengambilan Keputusan Konsumen (Consumer Decision Making Process). Retrieved from inMarketing website: <https://inmarketing.id/consumer-decision-making-process.html>
- Nursiti, N., & Fameira, A. (2019). Pengaruh Country of Origin, Brand Ambassador, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel Di Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 96–107. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v2i2.59>

- Pemerintahan, B. (2018). Menkeu: Pertumbuhan Ekonomi 2018 Capai 5,15 Persen. *Kominfo.Go.Id*. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/content/detail/15825/menkeu-pertumbuhan-ekonomi-2018-capai-515-persen/0/berita>
- Prayoga, W. ... Budiman, A. (2022). Perilaku Konsumen dalam Pertimbangan Pembelian Tiket Melalui KAI Access berdasarkan Kualitas Jasa, Citra Merek, Persepsi Harga. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 17–30.
- Putri, F. K. ... Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt . Matahari Department Store di Mantos 2. 9(1), 1428–1438.
- Putri, V. K. M. (2022). Tahap-tahap Keputusan Pembelian. Retrieved from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/11/120000069/tahap-proses-keputusan-pembelian-konsumen>
- Rahayu, E., & Hasanah, U. (2020). Sosial Media dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STMIK Royal. *Journal of Science and Social Research*, III(I), 33–40.
- Raihanah, S. ... Usman, A. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK WARDAH PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI UJUNG PANDANG. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(2), 111–121.
- Ranny, M. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Semu atau Akhiri Resesi. *Kumparan.Com*. Retrieved from <https://kumparan.com/mhrny29/pertumbuhan-ekonomi-semu-atau-akhiri-resesi-1wHmzKXPJwn/full>
- Rosa Indah, D. ... Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Rustam, T. A., & Hikmah. (2022). Citra merek , kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2).
- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v1i1.1876>
- Salea, C. ... Tielung, M. V. J. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Restoran Cepat Saji

- KFC Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1293–1302.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen* (D. A. Halim, Ed.). /jakarta: Salemba Empat.
- Senggetang, V. ... Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070–1079.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK ADIDAS*. 978–979.
- Simamora, S. ... Candra, V. (2019). Pengaruh Harga Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ud Sentral Jaya Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 62–72. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i2.154>
- Sterie, W. G. ... Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Emba*, 7(4), 3139–3148.
- Subastian, D. V. ... Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7691>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Caps Publishing.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek , Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150.