

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 132–142. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v2i3.82>
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes. *Akmami*, 2(2), 204–219.
- Hadinata, D. R., & Haryanti, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Status Pionir terhadap Minat Beli Jasa Reservasi Hotel Online. *Jurnal Perspektif*, 20(1), 99–107. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1.12561>
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di Dki Jakarta. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2441–2451. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3143>
- Olo, A., Tamengkel, L. F., Walangitan, O. C., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda CV. Lion Cabang Bacan. *Productivity*, 2(6).
- PURWAKARTA, E. (2022). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9 No. 2 Maret 2022. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 255–260.
- Ricadonna, N. A., Saifullah, M., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). The Effect of Trust and Brand Image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(2), 311–323. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i2.5145>
- Rustam, T. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Spare part pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman. *Owner*, 3(2), 320. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.159>
- Tempat, P., Mahasiswa, K., Agatha, M., Widyanti, S., & Anasrulloh, M. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(2), 99–102.
- Upbatam, I., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>
- Wicaksana, dkk. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli ALL NEW HONDA VARIO 150 ESP dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 09(July), 0–12.
- Astuti, Rini, Isna Ardila, and Rodhitur Rahman Lubis. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision

- of Converse Brand Shoes.” *Akmami* 2(2):204–19.
- Efendi, Farhan Bachtiar, and Siti Aminah. 2023. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi Pada Mahasiswa UPN ‘Veteran’ Jawa Timur).” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8(1):762. doi: 10.33087/jmas.v8i1.1055.
- Ero, Fajriana, and Wasis Gunadi. 2023. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Pada Arabian Chicken Di Cawang Otista.” *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen* 3(2):141–55.
- Gotama, Febrianto, and Tias Andarini Indarwati. 2019. “The Effects of E-Trust and E-Service Quality to E-Loyalty with E-Satisfaction as the Mediation Variable (The Study of Bebas Bayar Application User’s in Indonesian).” *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 6(2):145. doi: 10.24252/minds.v6i2.9503.
- Magdalena, Maria, and Mido Fauzis. 2023. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Pt. Hayati Pratama Mandiri Padang.” *Jurnal Economina* 2(2):630–40. doi: 10.55681/economina.v2i2.347.
- Maria Agatha, Sri Widyanti, and Muhammad Anasrulloh. 2020. “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” 8(2):99–102.
- Munarsih, Munarsih, and Sabila Aulia Matahari. 2022. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sinergia Beaute Indonesia Jakarta Pusat.” *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 5(1):27–44. doi: 10.33753/madani.v5i1.192.
- Olo, Apnes, Lucky F. Tamengkel, Olivia C. Walangitan, Program Studi, Administrasi Bisnis, and Jurusan Ilmu Administrasi. 2021. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda CV. Lion Cabang Bacan.” *Productivity* 2(6).
- Ricadonna, Nadia Adriane, Muhammad Saifullah, and Ari Kristin Prasetyoningrum. 2021. “The Effect of Trust and Brand Image on Customer Retention with Customer Loyalty as Intervening Variables to Customers of Sharia Commercial Banks.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 25(2):311–23. doi: 10.26905/jkdp.v25i2.5145.
- Rustam, Triana Ananda. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Spare Part Pada Bengkel Aneka Motor Kabupaten Padang Pariaman.” *Owner* 3(2):320. doi: 10.33395/owner.v3i2.159.
- Upbatam, Iwan, and Asron Saputra. 2020. “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo.” *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8(2):17–24. doi: 10.35829/magisma.v8i2.94.
- Wicaksana, dkk. 2021. “Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli ALL NEW HONDA VARIO 150 ESP Dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi* 09(July):0–12.