

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Arifin, M. B. U. B., & Aunillah. (2021). Buku Ajar Statistik Pendidikan. In *Forum Statistika dan Komputasi* (Vol. 8, Issue 1).
- Daga, R. (2019). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Dr. Marissa Grace Haque Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., M. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Dr. Rosnaini Daga, S.E, M. (2014). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge* (Issue May 2017).
- Johanes. (2022). *Pengaruh reputasi, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt sri indah mandiri batam*.
- Juniyanti, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Di Kota Batam. (*Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen*). <http://repository.upbatam.ac.id/1348/>
- Marini, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT MARTINDO FINE FOODS*. [http://repository.upbatam.ac.id/617/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/617/1/cover.s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/617/%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/617/1/cover.s.d%20bab%20III.pdf)
- Mas Setiadi, I. G. N. B. H. I., & Ekawati, N. W. (2019). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 142. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p06>
- Mutia Arda, & Dewi Andriany. (2023). the Influence of Product Quality, Price and Electronic Word of Mouth on the Purchase Decision of Ms Glow Skincare. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(4), 1246–1256. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v3i4.960>
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi*: 59, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Prijaya, A., & Santoso, 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>
- Rahayu, A. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pembersih wajah garnier di kota batam. *Manajemen*.
- Rostini, R., Syahribulan, S., & K, M. T. (2019). Hubungan Brand Image Dan

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 1(2), 41–47. <https://doi.org/10.36090/e-dj.v1i2.561>
- Rusniawan, A. N., & Santoso, T. (2021). Pembelian Pada Bisnis Makanan Online Bosse Ayam Panggang Khas Solo. *Agora*, 9(1).
- Sidik Priadana, H. M. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Soekartawi, S. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian. In *PT. Raja Grafindo. Jakarta*. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Sudarningsih. (2020). *Sudarningsih, E. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pasar Kaget di Kecamatan Bengkong (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen)*.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Issue July).
- Suryantari. (2022). *Suryantari Dan Respati 2022*. 11(1), 127–149.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art of Branding, January*, 105–116.