

DAFTAR PUSTAKA

- Abiezer, Moses, and Harry Sardjono. 2022. "Pengaruh Harga, Dan Kualitas Produk Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis* 8(3):3624–33.
- Acai Sudirman, S.E., M. M. 2022. *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Jakarta: Media Sains Indonesia.
- Affandi, Hari Yusnan, and Dini Anggraini. 2021. "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Capella Dynamic Nusantara Nagoya Batam." *Jurnal Jumka* 1(1):59–66.
- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M. Si. Hardani, S.Pd., Grad. Cert. Biotech Nur Hikmatul Auliya, M. Si. Helmina Andriani, Rhousandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Amalia, Nur. 2019. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6(2):96–104. doi: 10.21107/JSMB.V6I2.6688.
- AMRULLAH, ARTIKA ROMAL. 2016. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA BEAT DI SURABAYA." *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* 6(August):128.
- Bisnis, Jurnal Ekonomi, Manajemen Prima, Felix Yenson, Tandi Sanjaya, and Franke Wong. 2022. "PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT CAPELLA DINAMIK NUSANTARA." *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 4(1):44–58. doi: 10.34012/JEBIM.V4I1.2916.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. 2022. "MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)." *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL* 3(1):211–24. doi: 10.38035/JMPIS.V3I1.867.
- Dairina, Laila. 2022a. "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 7(1). doi: 10.30829/ajei.v7i1.10586.

- Dairina, Laila. 2022b. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 7(1). doi: 10.30829/ajei.v7i1.10586.
- Dokter Hadari Nawawi, Profesor H., Bansir Laut, Kec Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, and Atiqa Nur Latifa Hanum. 2021. “Strategi Promosi Perpustakaan: Film Animasi Sebagai Media Edukasi Bagi Pemustaka.” *Informatio: Journal of Library and Information Science* 1(2):121–46. doi: 10.24198/inf.v1i2.31077.
- Duan, Remart R., Johnny A. F. Kalangi, and Olivia F. C. Walangitan. 2019a. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo.” *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS* 9(1):128. doi: 10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136.
- Duan, Remart R., Johnny A. F. Kalangi, and Olivia F. C. Walangitan. 2019b. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo.” *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS* 9(1):128–36. doi: 10.35797/JAB.V9.I1.128-136.
- Ekonomi, Fakultas, Bisnis Unisma, Agus Setiawan, Rois Arifin, Siti Asiyah, Prodi Manajemen, and Dan Bisnis. 2020. “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, SALURAN DISTRIBUSI, BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK RAMBAK LESTARI ECO DESA SEMBUNG TULUNGAGUNG.” *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 9(16).
- Ekowati, Sri, Meilaty Finthariasari, and Aslim Aslim. 2020. “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA ELEVEN CAFE BENGKULU.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* 3(1). doi: 10.36085/JAM-EKIS.V3I1.555.
- Fasha, Anisha Ferdiana, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari. 2022a. “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. doi: 10.38035/JMPIS.V3I1.840.
- Fasha, Anisha Ferdiana, Muhammad Rezqi Robi, and Shindy Windasari. 2022b. “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. doi: 10.38035/JMPIS.V3I1.840.
- Fauzia Novianti, Kamila, Program S. Studi, Manajemen STIE Ekuitas Bandung Fitri Lestari, and Manajemen STIE Ekuitas Bandung. 2021. “PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA.” *Banking and Management Review* 10(1):1369–85. doi: 10.52250/BMR.V10I1.376.
- FITRIANI, ANNISATUN NUR. 2019. “PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT SEMEN INDONESIA LOGISTIK CABANG GRESIK.”
- Fredik, Teo Filus, and Sulih Indra Dewi. 2019. “ANALISIS PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)* 7(2):84. doi: 10.33366/JISIP.V7I2.1433.
- Hanim, Nuha Fauziyah, Mustari Mustari, Muh. Ihsan Said Ahmad, and ... 2022. “PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. SATRIA MUDA PRATAMA DI KOTA” ... -*Jurnal Ekonomi Dan ...* 11(03):978–97. doi: 10.34308/EQIEN.V11I03.1180.
- Hartono, Nomi Wahyu, and Murni Sulistyowati. 2021. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel Di Surakarta.” *KELOLA* 8(1):1–9.
- Hidayati, Septiana Nur, Erny Rachmawati, Tri Septin Muji R, and Alfato Yusnar Kharismasyah. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.” *Inovasi : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* 19(1):209–22.
- Inayati, Titik, Mohamad Johan Efendi, Ayu Safika Dewi Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Mayjen Sungkono Jl Irian Jaya No, and Kota Mojokerto. 2022. “Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Indonesia.” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan* 1(3):202–9. doi: 10.55826/TMIT.V1III.50.
- Jumin, Realize. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Bus Trans Batam.”
- Machali, Imam. 2021. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. edited by A. Q. Habib. Yogyakarta.
- Maulana, Cahya Abim, and Ali Maskur. 2023. “Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal of Management and Bussines (JOMB)* 5(1):36–50. doi: 10.31539/jomb.v5i1.5386.
- Maulana, Yudi, Wakhit Ahmad, Fahrudin Budi, Aprina Taufik Wahyu, Muhammad Shobur, Tedi Dahniar, and Adi Candra. 2022. *Universitas Pamulang S1 Teknik Industri Desain Sampul*.

- Montolalu, Novel Apriyani, Tinneke M. Tumbel, and Olivia Ch. Walangitan. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening Pada Platform Digital." *Jurnal EMBA* 2(4):272–75.
- MUKTI, R. B. K. 2023. ... *QUALITY DAN PERCEIVED PRICE TERHADAP PURCHASE INTENTION STUDI KASUS PADA PENGGUNA ROKOK ELEKTRIK (VAPE) DI DKI JAKARTA.*
- Nurliyanti, Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, and Baruna Hadibrata. 2022. "PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMEN)." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 2(2):224–32. doi: 10.38035/JIHHP.V2I2.982.
- Pratama, Galih Hilmy, and Rokh Eddy Prabowo. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu." *Jurnal Mirai Management* 8(2):160–70. doi: 10.37531/MIRAI.V8I2.4769.
- Produk Unilever, Pembelian, Salomo Fernando, and Remista Simbolon. 2022. "PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER." *Jurnal Ekonomis* 15(1c). doi: 10.58303/jeko.v15i1c.2837.
- Putra, Pandi. 2021. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan* 8(1):70–76.
- Ricardo, Zeky, Sutarno Sutarno, and Dewi Anggraini. 2022. "Analisis Kualitas Produk Di PT. Adi Kuasa Gasindo Medan." *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1(2):224–32. doi: 10.55123/SOSMANIORA.V1I2.588.
- Rosselivia, Vania, Sri Ekowati, and Universitas Muhammadiyah Bengkulu. 2022. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN." *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)* 3(2):99–108. doi: 10.61567/JMMIB.V3I2.122.
- Rusydi Anwar Saiful, Saiful. 2023. "PENGARUH BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN, DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK SMARTPHONE XIAOMI DI CILENDEK, BOGOR."
- Sitanggang, Dingot Hamonangan, and Damdam Damiyana. 2022. "ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI PESAN MAKANAN ON LINE." *JURNAL LENTERA BISNIS* 11(2):109–18. doi: 10.34127/jrlab.v11i2.528.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Syahputra, Rizki, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, Labuhan Batu, and Sumatera Utara. 2019. "STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN." *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)* 6(2):83–88. doi: 10.36987/ECOBIV6I2.8.
- Tinggi, Sekolah, Ilmu Ekonomi, Al-Washliyah Sibolga, Prisma Miardi Putri, and R. A. Marlien. 2022. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 5(1):25–36. doi: 10.36778/JESYA.V5I1.510.
- Vasan, M. 2023. "Impact of Promotional Marketing Using Web 2.0 Tools on Purchase Decision of Gen Z." *Materials Today: Proceedings* 81:273–76. doi: 10.1016/J.MATPR.2021.03.188.
- Wijaya, Angga Pandu, and Intan Tri Annisa. 2020. "The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions." *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 18(1):24–35. doi: 10.31603/BISNISEKONOMI.V18I1.3077.
- Wiralodra Jln Ir Juanda Km, Universitas H., Jawa Barat, Gema Wiralodra, Ricky Wibowo, and Fendy Cuandra. 2023. "Analisa Pengaruh Digital Marketing Terhadap Purchase Intention Pada Pengguna E-Commerce Di Kota Batam." *Gema Wiralodra* 14(1):293–99. doi: 10.31943/GW.V14I1.370.
- Yani, Ahmad, Aryati Arfah, and Baharuddin Semmaila. 2022. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel." *YUME : Journal of Management* 5(2):531–44. doi: 10.37531/yume.vxix.6546.