

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, M. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek
- Ayu Intan Viani, G., Wayan Eka Mitariani, N., & Ayu Imbayani, I. G. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk KFC Di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *EMAS*. Retrieved from <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4072>
- E.Boone, Louis L.Kurt, D. (2021). *Contemporary Marketing*. Retrieved from https://books.google.co.id/books/about/Contemporary_Marketing.html?id=tcErEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Eklesia Apostolos Sujarwo, J., & Suseno Hendri Riyadi Matruty, E. (2021). The Impact Of Product Promotion And Innovation On Purchase Decisions At Prices As Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/33646/19610>
- Herlin, Maria Susanti, F. (2024). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobil Mitsubishi Di PT. DIPO Sumbar Tahun 2021. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*2, 17(2), 1398–1412. Retrieved from <https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/565/331>
- Irawan, S., & Albari, A. (2023). The Effect of Promotions, Discounts and Service Quality In Repurchasing Interest In Grabfood Application. *Devotion : Journal of Research and Community Service*, 4(2), 515–524. <https://doi.org/10.36418/devotion.v4i2.404>
- Kaban, L., & Khong, R. (2022). Dampak Kualitas, Persepsi Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Endorsement. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 909–919. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.667>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Principle Of Marketing* (17th ed.). Italy: Pearson Education Limited.
- Kuswibowo, C., & Kresno Murti, A. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*. Retrieved from <https://jurnal.poltekapp.ac.id/index.php/JMIL/article/view/726>

- Lia, A., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Labelisasi Halal dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Skincare SR12. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 263–273. Retrieved from <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/788/679>
- Marziqah, R., & Albari. (2023). The Influence of eWOM and Brand Image on Brand Trust and Purchase Intention of Mixue Ice Cream & Tea Consumers in the Special Region of Yogyakarta. *Journal Of Business And Management Review*, 4(9), 213. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/45940>
- Maulana, M., & Nasir. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 117. Retrieved from <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/17005/pdf>
- Meithiana, & Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. *Repository Universitas Dr Soetomo*. Retrieved from <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwarra*, 1(2), 73. Retrieved from <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=70c86e0f4ad2671fJmltdHM9MTcxNTM4NTYwMCZpZ3VpZD0yMTI2OGM3ZS0zNGVjLTZmZTEtMjA5Ny05ZmI2MzViYTZlNDcmaW5zaWQ9NTIwMQ&pptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=21268c7e34ec6fe120979fb635ba6e47&p sq=jurnal+tentang+citra+merek+terhadap+keputusan+pe>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.11067>
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nur Safitri, A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Pemberdayaan, Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di PT. Phapros, Tbk Semarang). *2Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 14–25. Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ca>

d=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi1xbX2aOGAxWifGwGHW3BBGEQFnoECCEQAQ&url=https%3A%2F%2Fstiemuttaqien.ac.id%2Ffojs%2Findex.php%2FOJS%2Farticle%2Fdownload%2F892%2F649%2F&usg=AOvVaw3p4BbZLOwo7E4PLXHDDi4

- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Efek Covid-19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 1729. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.112>
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.3300>
- Rachman, R., Rauf, A., & Savina, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Konsumen Minimarket Parobot Mart Sumbawa Besar). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2(2), 284–292. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v2i2.1032>
- Ria Irawanm, P., Abdilah, & Taryanto. (n.d.). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/13148/7290>
- Rohmanuddin, R., & Suprayogo, H. A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.207>
- Salam, & Marinda, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut Di CV Seneng Bareng Sejahtera. *Repositori UMG*.
- Solihin, Dede Ahyani Setiawan, R. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business* 2. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/30847/19780>
- Sri Sukoyo, K., Salekha Yasmin, M., & Aliyya, Z. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Electronic Word Of Mouth (E-WOM) yang Dikendalikan Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. *Semantic Scholar*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35313/IRWNS.V10I1.1409>

- Swastika Metta, A., Samudra, A., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Shopeefood (Studi Pada Pengguna Layanan Shopeefood Di Karawang). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*,9(18),6471.<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8310308>
- Viani, John, & Danny. (n.d.). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. 2019. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/21089>
- Vidianto, R., & Ugy Soebiantoro. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Im3 Prabayar By Indosat Di Kota Tuban, Jawa Timur. *JWM (JURNAL WAWASANMANAJEMEN)*,10(3),188197.<https://doi.org/10.20527/jwm.v10i3.209>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Maria Puji Lestari, S., ... Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Peneliti* (1st ed.; M.Seto, ed.). Pangkal Pinang: CV Science Techno Direct. Retrieved from https://repository.binawan.ac.id/3303/1/Buku_Ajar_Metode_Penelitian_Full_compressed_Highlighted.pdf
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis BisnisEkonomi*,18(1),2435.<https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Zakaria Maulana Rachman, A., & Anang Firmansyah, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Badkidsweat Surabaya*. 2(2), 174. Retrieved from <https://journal.um-surabaya.ac.id/improvement/article/view/18112>