

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arista, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Skincare Somethinc Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Arliandhini, F. A., & Resawati, R. (2023). Effect of Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 17(2), 390–398. <https://doi.org/10.55208/jebe.v17i2.444>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(2). <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Aunillah, N., & Himawan, A. F. I. (2023). Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(2). <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i2.15254>
- Baroto, M. I., & Artanti, Y. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions of NU Green Tea. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(12). <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i12.5224>
- BPS. (2024). *Kota Batam Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik.
- Edi, W. (2017). Analisa Peramalan Penjualan Dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugrah Arta Alumind Medan. *Jurnal Ilmiah Research Sains*, 3(1).
- Foster, T. S., & Gardner, W. J. (2022). *Managing Quality: Integrating The Supply*

Chain. Wiley.

- Fu, Q., Liu, L., & Shang, W. (2023). Bilateral transshipment between competing retailers. *Naval Research*. <https://doi.org/10.1002/nav.22105>
- He, J., & Zhang, F. (2022). Dynamic brand positioning: a firm-customer synergistic strategy of brand meaning cocreation in a hyperconnected world. *European Journal of Marketing*, 56(10), 2774–2803. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2021-0813>
- Heikal, M. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Harian Waspada Medan. *E-Mabis*, 18(1). <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v18i1.284>
- Hernawaty, & Wijaya, S. (2022). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(1), 15–28. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.245>
- Imron, M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pabrik Keripik Pisang “Metro Snack” Kota Metro)*. Universitas Muhammadiyah Metro.
- Indra, I. M., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. CV Budi Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Maftuchach, V., & Putri, N. A. (2022). The Influence of Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of Pixy Powder Products. *Literatus*, 4(1), 301–322.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Nugroho, S. A., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik dengan SPSS)*. Andi Offset.
- Ovan, & Saputra, A. (2020). *Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., & Susanto, E. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh Harga, Citra

- Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 846–855. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>
- Priyatno, D. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel dengan Eviews*. Cahaya Harapan.
- Purnomo, A. R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV Wade Group.
- Putri, M. A., Rosmayani, & Rosmita. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Survei Pada Kue Bangkit “Syempana” Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Valuta*, 4(2), 116–137.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. CV Adanu Abimata.
- Rua, O. L., & Santos, C. (2022). Linking brand and competitive advantage: The mediating effect of positioning and market orientation. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100194>
- Safitri, I., Lestarani, D., Imtikhanah, R. D. N. W., & Akbarini, N. R. (2024). *Teori Pengukuran dan Evaluasi*. CV Ruang Tentor.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputra, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Di Kota Batam. *Scientia Journal_Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(5).
- Saputra, S., & Hernandez, L. (2024). Influence Brand Trust, Word of Mouth, Price, Brand Image, Product Quality, and Location against the Purchase Decision on Coffee Shop in Batam City. *IJJSE*, 7(1).
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1171–1184.
- Suardhita, N., Rafik, A., & Sugeng, I. S. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3.
- Sunarsih, & Ernawati, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Bima. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(3).
- Tahir, R., Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano. (2023). *Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital)*. Sonpedia Publishing.
- Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik

- Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74–85.
- Tetania, N. selly, & Susanto, A. H. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Situasional Dan Semangat Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pt Zzz. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(3), 46–60. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i3.254>
- Vierdwiyani, D., & Syafarudin, A. (2020). Analysis Of Service Quality And Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchase Decisions As Intervening Variable (Case Study E-Commerce Shopee At Villa Galaxy Housing Rt 002). *DIJMS*, 2(1), 112–124. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman*, 16(1). <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- Yi, H. T., Cho, Y., & Amenuvor, F. E. (2023). Internal marketing and salespeople's out-of-role behaviour: The mediating role of job satisfaction. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100216>