

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293–1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amdk Summit. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arib, M. F., Rahayu, M. S., Sidorj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Experimental Research Dalam Penelitian Pendidikan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 5497–5511. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8468>
- Bila, M. N. S., Rachmawati, E., Rahayu, T. S. M., & Utami, R. F. (2024). The Influence Of Product Quality, Promotion, And Brand Awareness On Purchase Decisions For Mixue Ice Cream & Tea. *DERIVATIF: Jurnal Manajemen*, 18(2), 195–222. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha. *ECo-Buss*, 4(3), 569–581. <https://doi.org/10.32877/EB.V4I3.289>
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian DI Akashiro Coffee. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Fatmasari, A. N., & Barusman, M. Y. S. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada TikTokshop (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bandar Lampung). *ECo-Buss*, 7(3), 1901–1912. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2059>
- Herdina Sabrina, Mas Oetarjo, & Kusuma, K. A. (2025). Pengaruh Brand

- Awareness, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks (Studi Pada Konsumen Starbucks Gen Z Disidoarjo). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9, 2740–2760. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5469>
- Irfan, I., Safriani, N., Sari, I. P., & Moulana, R. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Personal Care Bagi Pria. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 288–300. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.1.288>
- Lorinda, I. P., & Amron, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Sidomuncul di Kota Semarang. *Mbia*, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>
- Maulana, C. abim, & Maskur, A. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journak of Management and Bussines ( JOMB )*, 5, 1–15. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5386>
- Nacha Nabella Claudia, Suseno Hendzratmoko, & Trisnia Widuri. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Sabun Cuci Piring Sahaja di Golden Swalayan Tulungagung). *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 257–273. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.186>
- Naufal, D. M., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Personal Care Pria Kahf Melalui Internal Dan External Social Influencer Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., Komala Sari, D., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Pawestri, R., & Suji'ah, U. (2023). Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Academic Entrepreneur*, 1(1), 1–23. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)
- Putri, & Husein, A. E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fladeo di Kota Batam. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 1643–1652. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.17648>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/JOE.V5I3.1600>
- Rusmianita, Roswaty, & Emilda. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Jumputan Rumah Produksi Cahaya Jumputan Tuan Kentang Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 20–27. <https://doi.org/10.36982/jiegm.k.v14i1.2987>
- Safitri, A., & Santoso, A. B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan

- Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi pada Konsumen McDonald ' s Ngaliyan Semarang ). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 33–45. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3761>
- Saputra, B. aditya, Savitri, C., & Fadilla, S. pramudita. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Tokopedia Pada Produk Skincare Kahf Di Kalangan Gen Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 4221–4234. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I2.2667>
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. *Volume 6 Issue 2 (2023) Pages 24 - 38 YUME : Journal of Management ISSN : 2614-851X (Online)*, 6(2), 24–38. <https://stieamkop.ac.id/journal/index.php/yume/article/view/3833/2494>
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook. *ECo-Buss*, 6(1), 42–52. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.624>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Suhardi, Y., Munandar, D., Surya Sampurna, D., Pragiwani, M., & Tinggi, S. (2024). The Influence Of Brand Image, Promotion And Product Quality On Purchase Decisions For Ardeponds Indonesia (Case Study Of Ardeponds Indonesia Skincare In Pulogadung District). *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 8(1.1), 1. <https://ijair.id/index.php/ijair/article/view/1193>
- Sumarsono, R., Firdiansjah, A., & Respati, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madlyson Di Distro Azteklina Tulungagung. *WIGA Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Sumaryanto, Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 9(1), 1–18. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent/article/view/1256>
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>