

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328–340.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Alexsander, C. D., Sumito, V., & Oktavia, Y. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Persepsi Konsumen, Kualitas Informasi dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi Gojek di Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 238–246.
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6).
- Andriani, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SUASANA RESTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ AND RESTO SUGAR RUSH DI BONTANG. *EJournal Administrasi Bisnis*, 8(1), 26–34.
- Andrianti, B., & Oetardjo, M. (2022). The Influence of Digital Marketing, Brand Awareness, and Word of Mouth on Purchase Decisions. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 16. <https://doi.org/10.21070/ijler.v16i0.808>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aryani, D. I. (2024). PENDEKATAN SENSORY BRANDING REVIEW AND COMPARISON OF CONTEMPORARY BEVERAGE DESIGNS USING A SENSORY BRANDING APPROACH. *JURNAL STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA*, 28(1), 76. <https://doi.org/10.17933/jskm.2023.5387>
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS, TRANSPARANSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENYALURKAN ZIS DI KITABISA.COM. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.241>
- Bakalo, A., & Amantie, C. (2023). The Impact of Brand Awareness and Brand Perceived Quality Towards Purchase Intention of Mobile Phone from Customers View in Ethiopia. *Journal of Business and Economic Development*. <https://doi.org/10.11648/j.jbed.20230804.12>

- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS BS COFFEE & DONUTS). *Competence : Journal of Management Studies*, 15.
- Elini, & Syaifullah. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*.
- Evasari, A. D., Yani, A., & Syahputra, E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Pucung Jamban Kras Kediri Pada Masa Pandemi Covid-19. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1).
- Fadhilla, J. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMILIH MAKAN DI RESTORAN HANAMASA MAHAKAM DI ERA NEW NORMAL SKRIPSI Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Fatimah, Shintia, N., & Wardhana, M. W. (2023). Efektivitas Daya Tarik Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Bulog pada Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Kalimantan Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 61–69. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/JBM>
- Feriyanto, W. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, ISLAMIC STORE ATMOSFER DAN BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN MINAT BELI ULANG SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1).
- Hananto, D. (2021). *PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY SEPEDA DI TANGSEL*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Handayani, L. S., Hidayat, R., Inspeksi, J., Cibat, K., Bekasi, K., & Barat, J. (2022). *Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty*.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrument Penelitian & uji validitas reabilitas*. HealthBookPublishing.
- Ismawati, I., Yulianti, N. A., & Sari, I. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Distribusi Rekam Medis Rawat Jalan di Rumah Sakit TK II Dustira Cimahi. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(7), 8015–8020. <https://doi.org/10.36418/cerdika.v1i7.132>
- Janna, N. M. (2020). *VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN STATISTIK*.
- Jayanti, E., & Fatmawati, S. (2020). PENGARUH GAYA HIDUP, LABEL HALAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK SOPHIE PARIS PADA MEMBER JARINGAN BISNIS CENTER SUGENG BUDHI HANDOYO AREA CILACAP. *JAB*, 6(02). www.pom.go.id

- Julianty, R. E., Wijaya, S., & Saputra, V. D. S. (2025). Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Daviena Skincare Dikota Palembang. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 3(1), 135–148. <https://doi.org/10.59024/jise.v3i1.1057>
- Lestiani, E., Maryam, S., & Widayanti, R. (2020). PENGARUH PERSEPSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP ECOLABELLING PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN GREEN PRODUCT. In *Bongaya Journal of Research in Management* (Vol. 3).
- Lotulung, P. V, Mandey, S. L., & Lintong, debry Ch. A. (2023). PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BEKAS IMPOR PADA MASYARAKAT KELURAHAN KAROMBASAN UTARA LINGKUNGAN 8 KECAMATAN WANEA. *Jurnal EMBA*, 11(2), 561–572.
- Lubis, N. A. (2024). *PENGARUH DESAIN PRODUK, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DAIA DI KOTA BATAM SKRIPSI*.
- Makkira, Syakir, M., Kurniawan, S., Sani, A., & Ngandoh, A. M. (2022). Pengaruh Stres Kerja, Komunikasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada PT. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 20–27. <https://doi.org/10.37531/amar.v2i1.141>
- Manik, M. S., & Siregar, O. M. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN STARBUCKS DI KOTA MEDAN. *JOSR: Journal of Social Research*, 1.
- Marselina, S., & Parnauli Saragi, C. (2022). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rancamaya Golf And Country Club*. <https://www.indosport.com/golf/20180411/bogor-jadi-tempat-bermain-golf->
- Murjana, I. M., Faizathloctavia, Y., Wardani Rosyia, & Agufianto, N. P. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE KOPI LIVING*. <http://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA>
- Nainggolan, H. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KONTROL DIRI, DAN PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEKERJA PRODUKSI PT PERTAMINA BALIKPAPAN. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Novianti, Y., & Purba, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH. *JURNAL ILMIAH MAKSITEK*, 5(2).
- Nst Fadilah annisa. (2022). 178320342 - Annisa Fadhilah Nst - Fulltext.

- Purba, T., & Elisa. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline di Kota Batam.*
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 905–914. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>
- Putri, Y. T., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2023). ENTREPRENEUR Entrepreneur : Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 4 Nomor 2 Tahun 2023 PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT PEMBELIAN DI TOKOPEDIA (Studi Pada Pelanggan Tokopedia yang Bertransaksi Melalui Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 221. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Rachman, R., Rauf, A., & Dianti Savina, A. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Pada Konsumen Minimarket Parabot Mart Sumbawa Besar).* <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/samalewa> Pp.284-292
- Rahmadhanimara, R., Purwinarti, T., & Made Widhi. (2022). *SENSORY MARKETING: AROMA DAN CITA RASA TERHADAP PEMBENTUKAN PERSEPSI KONSUMEN (STUDI KASUS: GERAJ ROTI O DI STASIUN KRL COMMUTER LINE JAKARTA SELATAN)* (Vol. 19, Issue 2).
- Rizki, M. (2022). ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS MERK WELLTRAF DI CIANJUR. *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 177–188.
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 05(03).
- Sanusi, A. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*.
- Sari, R. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam.*
- Satria, A. S., & Pudjoprastyono Hery. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya Hery Pudjoprastyono (2) (1)(2). *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2>
- Sembiring, H. F. B., & Marbun, P. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perseroan Terbatas Perusahaan Listrik Negara (Persero) Pembangkitan Sumatera Bagian Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(2), 167–175. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.459>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan

- Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Soetanto, J. P., Septina Fanny, & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. : : *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1).
- Sopini, P. (2020). Persepsi Konsumen Dalam Pembelian Motor Yamaha Fino Pada PD. Panca Motor Kota Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 10. <https://doi.org/10.33087/eksis.v11i1.179>
- Sriwendiah, S., & Ningsih, W. (2022). Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta). *Jurnal Bisnis*, 10(1), 36–50. <https://doi.org/10.62739/jb.v10i1.20>
- Suardika, K., & Dewi, M. S. (2021). The Impact of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 256–261. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Susanti, R., & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*.
- Susanti, T., Fitria, A., Sari, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Pontianak, I. (2021). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK SABUN LIFEBUOY DI KOTA PONTIANAK. In *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi* (Vol. 1, Issue 2). www.topbrand-award.com/sabun-mandi,
- Tika, E., Hartuti, K., Nariawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Citra Perusahaan UMKM Makanan Tradisional Getuk Goreng di Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah. In *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* (Vol. 5). <http://JlIP.stkipyapisdampu.ac.id>
- Wayan Widana, I., & Putu Lia Muliani. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS* (Teddy Fiktorius, Ed.). Klik media.
- Winardy, I., Yanti Purba, P., Chaniago, C., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). *PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI*.
- Yani Balaka, M., & Abyan, F. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF* (Iskandar Ahmaddien, Ed.). widina. www.penerbitwidina.com