

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.V3i1.876>
- 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>
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z Di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/Sos.V20i2.42>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi Dalam Penelitian Merupakan Suatu Hal Yang Sangat Penting, Karena Ia Merupakan Sumber Informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anggita, E. D., Hoyyi, A., & Rusgiyono, A. (2019). Analisis Structural Equation Modelling Pendekatan Partial Least Square Dan Pengelompokan Dengan Finite Mixture Pls (Fimix-Pls). *Jurnal Gaussian*, 8(1), 35–45.
- Basu, S. (2018). Promosi. *Promosi*, 1–62. [https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB III Tinjauan Teori.Pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB%20III%20Tinjauan%20Teori.Pdf)
- Chalil, R. D. Et Al. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st Ed.)*. Rajawali Pers.
- Chrisjunian, C., Gultom, R., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 33–43. <https://doi.org/10.55601/jwem.V13i1.948>
- Christianto, E. (2021). Bab Iii Metoda Penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 27–39. [http://repository.stei.ac.id/5748/4/BAB III.Pdf](http://repository.stei.ac.id/5748/4/BAB%20III.Pdf)
- Connolly, B. (2022). Pengaruh Co-Branding, Brand Trust Dan E-WOM Terhadap

- Purchase Intention. In *Dasar-Dasar Ilmu Politik* (Vol. 13).
- Eka Putra, A. S. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Integritas Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *JESS (Journal Of Education On Social Science)*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.24036/Jess.V5i1.314>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i2.6663>
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.773>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Issue September). Deepublish.
- Gunawan, G., & Septayuda, I. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Larutan Cap Kaki Tiga Di Kota Palembang. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 264–283. <https://doi.org/10.52859/Jbm.V11i2.363>
- Harahap, L. K. (2019). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Hasdiana, U. (2018). Title. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1_0<http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7><http://dx.doi.org/10.1016/J.Ab.2015.03.024><https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103><http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion Dan Gaya Hidup : Identitas Dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan Smartpls. *Jangan Belajar*, 1(Was), 1.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kholidah & Arifiyanto Analisis Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal Di Pekalongan. *Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 136–151.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management* (14th Ed.). Person Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

- Mardianti, E. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Yang Cukup Signifikan Dan Positif Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com. *Gastronomía Ecuatoriana Y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/Jmd.V2i1.346>
- Ningrum, Puri, L. M., & Ranasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakain Pada Toko Qolsa Metro. *Journal Of Student Research*, 1(1), 1–10.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurjiasih, L. Y., & Sudarnaya, K. (2023). Peran Motivasi Kerja Dalam Memediasi Pengaruh Reward Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT . Indah Permai Singaraja. *Daya Saing*, 9, 343–354.
- Paramita, K. (2022). Analisis Pendapatan Pada Warung Tegal 2000 Di Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Pijar Guntara, S. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. *Skripsi*, 1–90.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/Slsi.V18i4.2846>
- Riana Dewi, I., Jeges Michel, R., & Anggun Puspitarini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321.
- Rohani, E., & Sri Kencanawati, M. (2023). Faktor Determinan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Karawaci. *Agustus*, 3(2), 49–58.
- Rona, H. N. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Oriflame Malang)*. 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>

- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Wawan Ruswandi, R. M. Dan R. Ri. (2019). Pengaruh Promosi Dancitra Merek. *Jurnal Ekonomak*, V(3), 108–118.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/9373/7743>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.