

DAFTAR PUSTAKA

- Ajijah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Amalia, E., & Nurseto, S. (2019). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–7.
- Andreas. T, Adinugroho, I., & Halim, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Vivo Store Kabupaten Mamuju . *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 278–286.
- Angreni, T., & Lupie, D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pakaian Dalam Pria Pt. Colorindo Internusa Di Carrefour Tangcity Mall Tri. *Pendidikan Kimia PPs UNM*, 1(1), 91–99.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>
- Bahri, N. A., & Anwar, P. H. (2018). Studi Kritis Realisasi Anggaran Sektor Publik Ditinjau Dari Dalam Aplikatif Kartu Indonesia Sehat. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 4(1), 70–83.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WARPPS 4.0*.
- Grace, M., Ahmad, S., Heri, E., Nurjaya, & Denok, S. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hartono, C., & Tjiptodjojo, K. I. (2024). Pengaruh Kesadaran dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2691–2697. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3793>
- Isjiwo, A., & Renwarin, J. M. (2023). *Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Store*

Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Naughty By Nature Di.

- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2020). Manajemen pemasaran. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 83–92. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i1.4709>
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Laily, N. M., & Ekowati, V. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Dengan Rating Penjualan Toko Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 101. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.690>
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*.
- Lidia. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Palembang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 205–212.
- Mahodim, M., Fajriah, Y., & Wahyudi, W. (2020). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Expander. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 978–979.
- Megananda, R. dwi, & Ali, M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). *Proceeding Sendiu*, 1(1), 978–979.
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran & kepuasan Pelanggan. In *Экономика Региона*.
- Mercelina, S., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen Seblak Pedas Neng Ochie). *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis*, 8(3), 3475–3491.
- Ningrum, D. A. (2023). Pengaruh Beban Kerja dan Burnout Terhadap Turnover Intention Karyawan PT Swadaya Jaya
- Nurlaila, N., Nainggolan, W. N., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada Witel Medan. *JAKP: Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 4(1), 33–43.
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Novianty, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohman,

- & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 135, Issue 4). <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2748/23-01-124-EBOOK-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran %28Analisis dan Strategi di Era Digital%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Puji, M., Verawaty, Syahril, H., Siti, P., Triyani, C., Dicky, Cahyani, P., Ismail, Asmirin, N., Indria, Fitriana, Risca, & Mia, C. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2). https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=pemasaran&ots=4OW3gb3be_&sig=nkw1g0J8CYUiwenudefN7s-ZCd8
- Rahma, A. N., Firdaus, V., & Dewi, S. K. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Skincare Scarlett Whitening Di Sidoarjo*. 7(April), 1–17.
- Rizal, M., Damayanti, V., & Ramdan, M. (2023). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mixue Harapan Indah Bekasi. *Cross-Border*, 6(1), 640–646.
- Sai, H. M., & Latief, F. (2024). Manajemen Pemasaran Modern Di Era Industri 4.0. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Setyani, A. D., & Eddy, R. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). the Effect of Prices and Promotions on Purchase Decisions At Shopee (Case Study of Bhayangkara University Jakarta Raya). *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Silalahi, R. M. M., & Hartati, R. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Kasus Pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 139–156.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–182.
- Sudrajat, N. I. A. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse ALL STAR Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana *The*. 155–169.

- Vansyuri, I. Al. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Toko KALF Stock Medan.
- Yahaya, R., Zainol, Z., Abidin, J., & Upsi, R. (2019). The Effect of Financial Knowledge and Financial Attitudes on Financial Behavior among University Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i8/6205>
- Yanti F, Andari Titiek, K. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Madam Gie. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari*, 1(2), 138–146. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0Ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>
- Zusrony, E. (2019). Perilaku Konsumen 1. In *Penerbit*.

