

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14–25.
- Astriawati, N. (2023). Penerapan analisis regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh pelayanan pendidikan terhadap efektifitas belajar taruna di akademi maritim yogyakarta. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 14(23), 22–37.
- Ayuniah, P. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma yang Mengambil Kuliah di Kampus Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille Di Shopee. *JIRM : Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 1–19.
- dan Kanuk, S. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. *PT. Indeks Gramedia. Jakarta*.
- Dinawan, M. R. (2021). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Efendi, N., & Lubis, T. W. H. (2022). Analisis pengaruh citra merek, promosi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ritel. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(1), 21–36.
- Ernawati, D. (2020). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2021). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1).
- Gifani, A., & Syahputra, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, 10(2), 81–94.
- Hartanti, N. D., Asri, H. R., Setyarini, E., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Avoskin. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 5(1), 9–16.
- Hermawan, K. (2022). Positioning, Diferensiasi, dan Brand, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Heryati, A. (2020). Pengaruh Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Di Departemen Operasi Pt. Pupuk Sriwidjaja Palembang. *Jurnal Ecoment Global*, 1(2), 56.

- Hidayah, N. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, Dan harga terhadap keputusan pembelian chatime pada mahasiswa universitas gunadarma. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(3), 433–443.
- Imelda, W. M., & Prihastuty, D. R. (2024). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi dan Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azarine Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(10), 61–70.
- Jurkani. (2023). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*. 8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *PRINSIP PRINSIP MANAJEMEN* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (12th Jilid 1 &). Jakarta: PT. Indeks.
- Lestari, R. W., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu conversepada mahasiswa stiesia surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Madji, S., Engka, D. S. M., & Sumual, J. I. (2022). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Mahanani, E. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall. Com. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 53–61.
- Maulidia, A., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 803–812.
- Muhadjir, N. (1996). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Nisa, A. L., & Kusuma, Y. B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Es Teh Indonesia (Studi Kasus Generasi Z di Kota Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 473–478.
- Novikasari, I. (2023). Uji Validitas Instrumen. *Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 56.
- Nurilita, N. R. (2024). *Pengaruh Konten Akun Tiktok@ ndshvv Terhadap Brand Image Camille Beauty Pada Beauty Enthusiast Mahasiswa Komunikasi UII Yogyakarta Angkatan 2020*. Universitas Islam Indonesia.
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(2020), 357–380.

- Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 383–398.
- Pratiwi, I., & Soliha, E. (2023). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan Natasha Skin Care di Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 355–367.
- Qolbi, N. (2023). Pengaruh harga terhadap minat beli pada Pizza Hut Batu Aji Batam. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 21–27.
- Rahardjo, M. (2020). *Desain penelitian studi kasus: Pengalaman empirik*.
- Raida, A. S. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Girl Grup Twice, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare SCcarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional*. Universitas Nasional.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Rizqi, F., & Jumani, A. (2022). Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 203–214.
- Salim, S., & Syahrums, S. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Savira, V. S. N., & Yulianti, I. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada thrift shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(1), 110–118.
- Shahzad, M. F., Xu, S., Lim, W. M., Yang, X., & Khan, Q. R. (2024). Artificial intelligence and social media on academic performance and mental well-being: Student perceptions of positive impact in the age of smart learning. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29523>
- Stanton, W. J. (1996). Prinsip Pemasaran Jilid II. *Jakarta: Penerbit Erlangga, Translation, Edisi Ketujuh*.
- Sukmawati, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen garden cafe koperasi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Sunyoto, D. (2020). Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Susanto, A. B., & Kotler, P. (2000). Manajemen pemasaran di Indonesia. *Jakarta: Salemba*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi bisnis pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa–Prinsip. *Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality dan Satisfaction*, edisi pertama, cetakan kedua, Penerbit: ANDI, Yogyakarta., 2009. *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Penerbit Andi, Yogyakarta.*
- Tushnet, R. (2007). Gone in sixty milliseconds: Trademark law and cognitive science. *Tex. L. Rev.*, 86, 507.
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung pada mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47–62.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di semarang. *Solusi*, 21(1), 10–19.
- Widya, C. A., & Riptiono, S. (2023). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76–84.

