

DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, A., Setiadi, R., Fitralisma, G., Linda Antika, T., Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhadi Setiabudi, U., Brebes, K., & Jawa Tengah, P. (2022). Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Peran Kualitas Produk (Studi Empiris Ceker Ndowner Brebes Jawa Tengah Indonesia). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2). <https://journal.upy.ac.id>
- Ade Irawan, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32. <https://journal.moestopo.ac.id/>
- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal*, 8, 30–45.
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Firdaus Hidayanto, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Gwalk Di Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 2022–2083. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 25–35.
- Ali, H., Rizky Mahaputra, M., Saputra, F., Ridho Mahaputra, M., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Migration Letters Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682. www.migrationletters.com
- Amara, S., Alie, J., & Wadud, M. (2021). The effects of brand image and price on purchase decision of vivo smartphones in Pampangan District. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 12–26.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. <https://ejournal.unesa.ac.id>
- Andriana, N. C., & Ngatno, D. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9, 198–208. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26322>
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021a). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X* (Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id>
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021b). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

- (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1169.
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2.
- Bagaskara, N. N., & Ngatno. (2021). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, X, 726–735. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29765>
- Basori, N., Abdurachman Saleh Situbondo Edy Kusnadi, U., Abdurachman Saleh Situbondo Riska Ayu Pramesthi, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ayah Bunda Situbondo Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(1), 1924–1938. <https://unars.ac.id>
- Bimaruci, H., Havidz, H., & Rizky Mahaputra, M. (2020). Brand Image and Purchasing Decision: Analysis Of Price Perception And Promotion (Literature Review Of Marketing Management). *Dinasti International Journal Of Economics, Finance and Accounting*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Caroline Lystia Rut Winasis, Halimah Sandra Widiyanti, B. H. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462.
- Chasanah, U., & Kurniyawati, V. (2022). Pengaruh JKT48 dan BCL Sebagai Brand Ambassador dan Brand Image Xiaomi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Di Yogyakarta. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (Ciastech)*, 5, 105–114.
- Claudya, S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2), 115–124.
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimenes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2020). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 3(2). <http://ejurnal.unim.ac.id>
- Eka, D., Khoirunnisa, V., Dini Wilanda, S., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65.
- Fauzul, R., Nugraha, A. A., & Nurdiansyah, H. (2022). Influence Brand Image and Price on Purchase Decision (Study on Fashion Consumers In a Distro In

- Bandung. *Bisnis & Entrepreneurship*, 16(2), 178–185.
<https://doi.org/10.55208/jebe>
- Febyane, K., & Lestari, B. (2022). Pengaruh Iklan Media Sosial dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8.
<https://jurnal.polinema.ac.id>
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.
- Ghozali, & Hengky. (2015). *Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Undip.
- Ghozali, & Hengky. (2017). *Konsep, Teknik Aplikasi Menggunakan SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Bp Undip .
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.
- Hakim Muthi, L., Pradipta Utama, A., & Author, C. (2023). The Effect of Price, Brand Image and Promotion on Easy Shopping Customer Repurchase Intention Mediated By Customer Satisfaction. *Dinasti International Journal Of Management Science*, 4(4). <https://doi.org/10.31933/dijms.v4i4>
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4 (4), 558–572.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Hendayana, Y., Wijayanti, M., & Riska, C. F. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.896>
- Hermawan, J. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee). *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140.
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>

- Jusuf, D. I. (2023). The Influence of Brand Image and Price on Purchasing Decisions at the Ampera Restaurant in Bandung. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2, 1–6.
- Lestari, I., Manullang, M., Sari Butar-Butar, R., & Rifda Daulay, Z. (2021). The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City. *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Manik, M. C., & Siregar, M. O. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 7, 694–707. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Mantik, J., & Satria Wangsawinangun, D. (2023). The influence of price, brand image and promotion on the decision to purchase Ventela shoes. In *Jurnal Mantik* (Vol. 7, Issue 2). Online.
- Maulida, N., & Maya, S. (2020). Apakah Harga dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian? *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 180–187. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i3.130>
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Mega, A., Pratiwi, P., & Belitang, D. K. (2023). Pengaruh Jual Beli Online E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kecamatan Belitang. *Journal of Management and Creative Business*, 1(2). <https://jurnaluniv45sby.ac.id>
- Meutia, K. I., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.37195/JTEBR.V2I2.68>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 75–89.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Minat Beli Pada UMKM Toko Distributor Produk Skincare KF Skin Babat Lamongan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16, 36–47.
- Mumtahanah Nurlestari, D., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Scarlett Whitening di Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 4.
- Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021a). The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2021b). The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store).

- International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 111–152.
- Nugroho, I. A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya) Nur Laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Nur Syamsiyah, A., & Winarso, W. (2023). Citra Merek, Ulasan Konsumen, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Celana Jeans Jiniso.id Pada Generasi Z Di Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 19(1).
- Nuraini, A., Hartati, R., Rejeki Ekasasi, S., & Nurweni, H. (2023). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi* (Vol. 4, Issue 1).
- Nur'aini, A., Wihdatul Husna, A., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (2021). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(5), 650–655. 10.32528/nms.v1i5.217
- Nurdin, S., & Hardianti, L. (2022). Meningkatkan Minat Beli Melalui Strategi Digital Marketing dan Ekuitas Merek. *Jurnal Sain Manajemen*, 4(1), 36. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm>
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (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. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta. *Cakrawala Bisnis*, 1(1). <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- Pradani, D. A., & Mangifera, L. (2023). *Purchase Decision Influenced by Brand Ambassador, Korean Wave, Brand Image Mediated by Buying Interest*. 670–685. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-204-0_56
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Purwanto, A., Haque, M. G., Sunarsih, D., & Asbari, M. (n.d.). The Role of Brand Image, Food Safety, Awareness, Certification on Halal Food Purchase Intention: An Empirical Study on Indonesian Consumers. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3). <https://doi.org/10.7777/jiemar.v2i3>
- Putri Sari, S. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155. <https://e-journals.unmul.ac.id>
- Rahmawan, G., & Hidayat, R. (2020). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada pengguna tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 227–232.
- Rohmanuddin. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian

- “STING” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89.
- Sahabuddin, R., Arif, M., Dwi, A., RUPPA, U., & Khadija, S. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Yotta Berkah Mulia)*. <https://doi.org/10.31604/jips.v10i10.2023.4568-4574>
- Saktiawan, P. D., & Harsono, S. (2021). The Effect of Performance, Price Perception, Brand Image, and Brand Association on Purchase Decision of Honda CBR150R in Surabaya. *Social Science Journal*, 4.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(4).
- Sari, A. J., Udayana, I., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308–327.
- Sari, Kurnia. V. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Customer Value, dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee di Masa Pandemi Covid-19). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5 (2), 137–162. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i2.6155>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.
- Senduk, I. F. A., Tulung, J. E., & Arie, F. V. (2021). The Effect of Brand Image, Price Perception, and Promotion on Purchase Decision at Pizza Hut in Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 1134–1143.
- Servanda, I. R., Sari, K. R. P., & Ananda, A. N. (2019). Peran Ulasan Produk Dan Fot Produk Yang Ditampilkan Penjual Pada Marketplace Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (M. K. Prenada, Ed.).
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 655–689.
- Sinaga, R., Hutagalung, P. A., Hutagaol, J., & Br Bangun, N. (2023). The Effect Of Advertising Attraction, Brand Image And Price On The Purchase Decision Of Indomie Instant Noodles In Students Of The Faculty Of Teaching And Educational Sciences. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Sjukun, Supardin, L., & Taufik, Y. (2022). The Effect Of Price and Promotion on Purchase Decision at Bakpia Kurnia Sari. *Penanomics: International Journal Of Economics*, 1(2), 223–230. <https://penajournal.com/index.php/PENANOMICS/>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Kedua). Alfabeta.

- Suhendra, R., & Mirsya Affandy Nasution, S. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pemakai Sepatu Onitsuka Pada Mahasiswa FEB UMSU). *Jurnal Salman Sosial Dan Manajemen*, 4(2), 138–155.
- Sujarweni, W. V. (2014). *Metodologi Penelitian, Metode Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, W. V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 36–50.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Image, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(6), 947–967. <https://doi.org/10.31933/DIJEMSS>
- Tannady, H., Sjahruddin, H., Saleh, I., Renwarin, J. M., & Nuryana, A. (2022). Role Of Product Innovation And Brand Image Toward Customer Interest And Its Implication On Electronic Products Purchase Decision. *Widyakala Journal*, 9(2), 93–98.
- Thaief, I., Hasan, M., & Dinar, M. (2020). The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akkhwat Makassar. *The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akkhwat Makassar*, 2, 57–68. <http://ojs.unm.ac.id/index.php/pbar/index>
- Tjaja, L. P., Yantih, N., & Hatta, L. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image dengan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat OTC di Apotek X Jakarta Timur. *Mahesa : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3576–3595. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11364>
- Tsaniya, R., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1).
- Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, dan. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru*. 1(4). <https://journal.admi.or.id>
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 456–564.
- Wulandari, K. (2021). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Komestik (Studi Pada Pengguna E-Commerce Sociolla)*.
- Yunovirul, D. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Rumah Makan Abiza Chicken Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan*

Akuntansi, 7, 341–349.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2192>

