

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Agustina Rennie, Hinggo Tachta Hichmaed, & Zaki Hammam. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 1–11.
- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- 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.
- Ann, A., Alfa, G., Rachmatin, D., & Agustina, F. (1994). *Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square*. 59–71.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden

City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>

Bambang Sudarsono, M. T. R. (2020). Eco-Entrepreneurship, Vol 6 No 1 Juni 2020. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 34–42.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Chalil, R. D. et al. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding (1st ed.)*. Rajawali Pers.

Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.

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>

Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management*

and Business (NCMAB), 689–705.

Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.

Fauziah, D., Ali, H., Haymans, A., & Jumawan, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Siber Multi Disiplin (JSMD)*, 1(4), 159–172.

Harahap, L. K. (2019). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.

Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.

Hasan, G. (2021). Pengaruh Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Bermerek Di Kota Batam the Influence of Consumers in Purchasing Branded Shoes in Batam City. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 38–46.

Hendryadi. (2011). Metode Pengumpulan Data Sekunder. In *Asik Belajar* (Issue October).

Junaidi, J. (2022). Pengaruh Citra Merek and Brand Equity Terhadap Purchase

Decision Pia Di Cv. Pia Manalagi Probolinggo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 254–267.

<https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.53>

Junaidi, M. (2023). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. *Kementrian Keuangan Direktorat Jendral, Bendahara*.

<https://djp.b.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>, 1(5), 650–655.

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, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.

Kuengo, F. A., Taan, H., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 54–65. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14234>

Magdalena, M., & Winardi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Roti CV. Rima Bakery di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i1.217>

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.

Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

Masturiyah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Geprek Benu Rawamangun Jakarta Timur. *NBER Working Papers*, 2018, 89.

Miranda, A., Latief, F., & Z, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.

<https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/3446/1722>

Muhammad Edy Supriyadi. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 135–149.

<https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.742>

Niluh Kurnia Dewi Pratami, N. D., Triansari, N. T., & Rahutama Atidira, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31.

<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>

- Nirwan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada HOC Pemurni Air (Studi Kasus PT. Karya Re-publika Kohod). *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485.
https://www.researchgate.net/profile/Yulia_Nurendah/publication/325455513_Pengaruh_Kualitas_Produk_dan_Citra_Merek_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Konsumen/links/5b0f177e0f7e9b1ed70363cb/Pengaruh-Kualitas-Produk-dan-Citra-Merek-Terhadap-Keputusan-Pembelian-K
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak Di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920.
<https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.651>
- Nurhifdi, G. (2022). *Hubungan penggunaan google classroom di masa pembelajaran daring dengan minat belajar siswa*. 1–14.
- 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.
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). Analisis Citra Merek ,

Periklanan dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Fokus EMBA*, 02(02), 157–167.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>

Patrisia, A. P., Nur Hidayah, & Tri sugiarti Ramadhan. (2019). Pengaruh Celebrity Endoser, Perilaku Konsumen dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Avoskin Di Media Sosial Tiktok. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1238–1238.

Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>

Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>

- 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.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 92–102.
- Tamimi, P. S., & Nugraha, H. S. (2015). *Braand Image 2*.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Di Purwokerto. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Wibowo, M.Si, I., & Pratiwi, R. D. (2017). Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal*

Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 5(3), 1–8.

<https://doi.org/10.35137/jmbk.v5i3.178>

Wiko. (2023). Pengaruh Brand Trust, Word of Mouth Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Citra Mandiri Distribusindo. *Jurnal Up Batam*, 11(1), 1–48.

Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(6), 255153.

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Srimur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333.

<https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>