

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/Impis.V3i1.876>
- Afifah, R. Z. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Awareness, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani*.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amalia, N. R., Mawardani, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Semarang, U., Image, B., Ambassador, B., Image, B., Awareness, B., & Pembelian, K. (2022). 6069-17352-1-Pb (1). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 403–413.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado. 663 *Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.
- Anneke Dwi Saputri, & Estika P Sani. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Strategi Promosi Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada

- Produk Somethinc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 7–28.
<https://doi.org/10.55606/Jurima.V2i1.146>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/Maneggio.V4i1.6766>
- Arsi, I. D., Setianingsih, R., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Image, Trust Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Traveloka. In: *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*, 3, 736–751.
- Astuti, N. P., & Susila, I. (2022). Influence Analysis Of Customer Ratings Reviews Online, Free Shipping Promotion And Discount Promotion On Purchasing Decisions In E-Commerce. *Proceedings Of The International Conference On Economics And Business Studies (Icoebs 2022)*, 655(Icoebs), 38–46.
<https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.220602.006>
- 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.
- Edeh, E., Lo, W.-J., & Khojasteh, J. (2023). Review Of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1).
<https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik “Nadasuka.” *Revitalisasi*, 10(1),

1. <https://doi.org/10.32503/Revitalisasi.V10i1.1471>

Fajriatin, P., & Muhajirin. (2023). Pengaruh Iklan Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 71–78.

Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence Of Brand Image, Promotion, Price, And Service Quality On Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–133.

Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.V3i1.840>

Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2628–2643.
<https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.838>

Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Pada Toserba Danareal Wonosobo Jawa Tengah). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 2(2), 314–320.

Fitriani, M., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Brand Image, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

- Mixue Di Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2531–2544.
<https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.832>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Mediasi Brand Awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118.
<https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>
- Gude, S. R., Kango, U., & Ismail, Y. L. (2024). Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Dan Cash On Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee). *Yume: Journal Of ...*, 7(3), 95–104.
<https://journal.steamkop.ac.id/index.php/Yume/article/view/7091>
<https://journal.steamkop.ac.id/index.php/Yume/article/download/7091/4743>
- Hadita, Nurisnaini Putri, N. S. K. (2024). Pengaruh Brand Image , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Bulog (Studi Kasus Konsumen Bulog Di Kelurahan Sukaringin Bekasi Utara). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Hapsari, W., Palinggi, Y., & Idham, I. (2021). Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Serba 45.000 Ditenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 140–154. <https://doi.org/10.53640/Jemi.V21i2.972>
- Hartanti, P. G., & Budiarti, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Purchase Intention Dimediasi Promosi Pada Produk Kosmetik Maybelline. *At Tariiz : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(02), 96–111.

<https://doi.org/10.62668/Attariiz.V2i02.611>

Hartina, E., Hendra Saputro, A., & Abdul Aziz Mubarak, D. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lifebouy Di Kota Bandung. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2768–2778. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i6.1727>

Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal On Education*, 5(2), 4170–4178. <https://doi.org/10.31004/Joe.V5i2.1115>

Huda, N., Rizki, A., Oktavia, L., & Ramadhan, S. (2023). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Disiplin Menggunakan Skala Likert Untuk Mengukur Sikap Disiplin Siswa Di Madrasah Ibtidaiyah. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*, 13(2), 136. <https://doi.org/10.24114/Esjpgsd.V13i2.42178>

Iana, E., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lifestyle, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonomi Bisnis*, 29(1), 30–46. <https://doi.org/10.33592/Jeb.V29i1.3641>

Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>

Irwana, & Purnama, I. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Aisy Drink Kota Bima. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(5), 449–457.

[Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Drb/Article/View/22739](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/Drb/Article/View/22739)

Kevin Jonathan Kurniawan, Reynaldo Wahyudi, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 231–242. <https://doi.org/10.54066/Jrime-Itb.V1i3.434>

Khrisna Indra Gede Putu, G. S. Wahyudi Agus, & A. Y Putu Ni. (2022). Pengaruh Store Athmosphere, Lokasi Dab Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Warung Mina Peguyangan. *Jurnal Emas*, 3(2), 1–13. <https://E-Journal.Unmas.Ac.Id/Index.Php/Emas/Article/View/4067>

Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

Larasati, S. F., Wijayanti, R., & Prawoto, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Image, Dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di E-Commerce (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Tiktokshop Mahasiswa Feb Unsiq Di Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(3), 123–128.

Listiani. (2023). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen. *Metode*

Penelitian, 1, 24–32. [Http://Repository.Stei.Ac.Id/10805/4/Bab 3.Pdf](http://Repository.Stei.Ac.Id/10805/4/Bab%203.Pdf)

Luca, M., & Reshef, O. (2021). The Effect Of Price On Firm Reputation. *Ssrn Electronic Journal*, 4(1), 120–123. [Https://Doi.Org/10.2139/Ssrn.3632632](https://doi.org/10.2139/ssrn.3632632)

Luwen Yu, Stephen Westland, Li, Z., & Qianqian Pan. (2022). The Impact Of Product Variation, Product Quality, And Service Quality On Purchase Decision Of Pandaraman Coffee In South Tapanuli Region. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebbar)*, 6(1), 573–580.

Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan Cod Dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee. *Mabis: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 21–28. [Https://Doi.Org/10.31958/Mabis.V3i2.10516](https://doi.org/10.31958/Mabis.V3i2.10516)

Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem Cod, Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477–1491. [Https://Doi.Org/10.35794/Jmbi.V9i3.44292](https://doi.org/10.35794/Jmbi.V9i3.44292)

Maslakhah, A. U., & Wahyuningtyas, Y. F. (2023). Pengaruh Komponen Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Telekomunikasi Indihome Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Akuntansi Indonesia*, 1(1), 171–195. [Https://Doi.Org/10.32477/Jrima.V1i1.666](https://doi.org/10.32477/Jrima.V1i1.666)

Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand

- Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Starbucks Di Kota Medan. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/Josr.V1i7.134>
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2020). Country As Brand, Product And Beyond: A Place Marketing And Brand Management Perspective. *Destination Branding*, 55–71. <https://doi.org/10.4324/9780080477206-13>
- Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-Adbis : Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.
- Nailufar Sunu'an. (2019). Bab Ii Tinjauan Pustaka Citra Merek. https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/Bab%20ii%20skripsi%20-%20sunu%27an%20nailufar_3.Pdf, 6–23. [https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/Bab Ii Skripsi - Sunu%27an Nailufar_3.Pdf](https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/Bab%20ii%20skripsi%20-%20sunu%27an%20nailufar_3.Pdf)
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., Komala Sari, D., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). The Influence Of Brand Ambassador, Brand Image, And Price On Purchase Decisions On Skincare Product Consumer Scarlett Whitening In Sidoarjo City. *Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Nurani, & Briliani, W. (2020). Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Area Dc Kediri. *Jurnal Benefit*, 7(1), 14–31.

Okky Novianto, Harsono Teguh Santoso, Rina Dewi, Bambang Karnain, Sugiharto
Sugiharto, & Achmad Daengs Gs. (2024). Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses
Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa
Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal
Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 40–62.
<https://doi.org/10.30640/Jumma45.V3i1.2308>

Oktaviani, A., Mega, S. W., & Saptaria, L. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan
Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Via Busana Kediri. *Neraca
Manajemen, Ekonomi*, 1(11).

Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Minuman Street Boba Sutrisno, A., Wayan Gede Antok Setiawan Jodi,
I., Alamsyah Putra, S., Bakhar, M., Hanafiah, A., Pgri Semarang, U.,
Mahasaraswati Denpasar, U., Kaputama, S., Harapan Bersama, P., & Mercu
Buana, U. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand
Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products.
Management Studies And Entrepreneurship Journal, 4(1), 571–578.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan
Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review
Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
<https://doi.org/10.31933/jimt.V2i4.463>

Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo,

- Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Anak Tunagrahita Sedang Melalui Media Gambar Di Slb B-C Yplab Kota Bandung. *Journal Geej*, 7(2).
- Pratama Atmajaya, A. (2021). Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam: Studi Kasus Seblak Indoleta Tejo Agung Metro Timur Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Pratamasari, V. F., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Forum Ekonomi*, 24(2), 422–432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Rabbani, M., Hermawan, J. H., Utomo, K., Gunawan, R. G., & Wijaya, T. K. (2023). Does Free Shipping Affect Purchasing Decisions In E-Commerce In Indonesia? *The Indonesian Journal Of Computer Science*, 12(1), 90–99. <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i1.3159>
- Rafianti, W. A. (2024). Pengaruh Iklan , Promo Gratis Ongkir , Dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Pada Blibli Di Kebumen. 8(4), 1382–1393.
- Rahayu, B. R., & Karsono, L. (2024). Brand Image, Daya Tarik Konten Dan Program Gratis Ongkos Kirim: Studi Kasus Pembelian Flicka Bags Di Tiktok Shop. *Journal Of Economics And Business Research (Juebir)*, 3(1), 81–90. <https://doi.org/10.22515/Juebir.v3i1.8495>
- Rahmawati, P. (2023). Pengaruh Variasi Produk ... *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 89–98.

- Ramadhan, M. F. R., & Daulay, M. Y. I. (2024). Marketing Terhadap Purchase Decision Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah Mea*, 8(1), 1485–1497.
- Riani Rahma Novelina, Raisya Putri Syafna Azzahra, & Abdul Yusuf. (2024). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen We Drink Cabang Tuparev Karawang. *Economic Reviews Journal*, 3(3). <https://doi.org/10.56709/Mrj.V3i3.279>
- Rika Widianita, D. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. In *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. Viii* (Issue I).
- Rizkiah, A., Vitria, A., & Zamilah, E. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Deodorant Rexona (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarbaru). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2023*, 2023(Senasekon), 34–45.
- Rosyihuddin, M., & Hendra, J. (2023). The Role Of Price Discounts In Moderating, Customer Reviews And Free Shipping On Shopee Purchase Decisions In Surabaya. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 162–172. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V4i1.1415>
- Rukhmana, T. (2021). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (Iicls)*, 2(2), 28–33.

- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/Exc.V8i1.911>
- Sari, E. (2022). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Hkbp Nommensen Medan). *Universitas Hkbp Nommensen*, 1.
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i7.3020>
- Schabasser, C. (2023). Increasing Product Variety: Conflicts In Shelf Space Allocation. *Eurasian Journal Of Higher Education*, 7, 8–20. <https://doi.org/10.31039/Ejohe.2022.7.89>
- Syah, M. C. H. (2023). *Pengaruh Variasi Produk Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela Shoes Pada Distributor Balcony Store Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/59064>
- 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>
- Tiara Novianti, C., Ernest Marthen Usmany, A., Studi Manajemen, P., Ekonomi,

- F., & Terbuka, U. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Image On Scarlett Whitening Purchasing Decisions Among Teenagers In North Sumatra Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Kalangan Remaja Di Sumatera Utara. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9635–9646. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej)
- Wahyudi, A. A., Lakoni, I., & Puspita, V. (2023). Analisis Pengaruh Garansi, Citra Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Di Pt Asean Motor Internasional Kota Bengkulu. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 588–600. [Https://Doi.Org/10.46576/Bn.V6i2.3504](https://doi.org/10.46576/Bn.V6i2.3504)
- Wardani, D. P. K. (2023). Pengaruh Brand Image , Harga, Variasi Produk, Dan Brand Ambassador Gisella Anastasia Terhadap Keputusan Pembelian Produk Madame Gie. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 1(1), 21–32.
- Willma Hillary, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image (Allicya Hillma Hillary.) | 283 Madani. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 283–290. [Https://Doi.Org/10.5281/Zenodo.8015899](https://doi.org/10.5281/zenodo.8015899)
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 1370–1385.
- Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela Pada Generasi Z Di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina*, 2(9), 2429–2438.

<https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.825>

Yelta, R. K., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir Dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (Jurbisman)*, 1(3), 929–944.
<https://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/article/view/281>

