

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, F. N. (2022). The Effect Of Promotion, Price, And Brand Image On Purchase Decisions On E-Commerce Shopee In Pangkalpinang City. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Aguayo Torrez, M. V. (2021). *Pengaruh Disiplin Kerja, Kompensasi, Motivasi Dan Pelatihan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt.Bprs Metro Madani Kantor Pusat.* 1(3), 717–729.
- Agustian, I. A., & Murwanti, S. (2023). The Effect of Digital Marketing and Product Quality on Product Purchasing Decisions of Monica The Label. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 05(01), 155–162. <https://doi.org/10.56293/ijmsssr.2022.4558>
- Alawiah, W., & Utama, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.17-34>
- Batubara, R. C., & Rustam, T. A. (2023). The Influence of Brand Image and Digital Marketing on Cosmetic Product Purchasing Decisions. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7648–7656. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Crosby, P.B, (1986), *Quality is Free, The Art Of making Quality Certain*, New York, -McGraw-Hill Book Co
- 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.
- Christofaro, V. G., & Susanto Pranoto, H. (2024). The Influence of Brand Image, Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Digital Marketing Moderation. *Primanomics : Journal Economics and Business*, 22(2), 1–13. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Devi. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Followers Instagram @Wardahbeuty Dalam Pembelian Produk Wardah. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim*.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>

- Iriadinati, putri intan, & Handayani, L. sri. (2024). ... *BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN MARKETING DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN WARDAH (Studi Kasus di Warga* <https://repository.pelitabangsa.ac.id/id/eprint/891/%0Ahttps://repository.pelitabangsa.ac.id/id/eprint/891/10/JURNAL SKRIPSI.pdf>
- Khoerul Anwar. (2021). Pengaruh digital marketing dan citra merek terhadap. *Epub.Imandiri.Id*. http://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Skripsi_KhoerulAnwar_381741032.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kurnia, A. Y. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pixy *Eprints.Walisongo.Ac.Id*. https://eprints.walisongo.ac.id/19967/1/Skripsi_1805056005_ANDRAYUNA KURNIA.pdf
- Lestari, D. fajar, & Azizah, jihan nur. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian , Jurnal Imu Dan Riset Manajemen Vol. 4, No. 12ahasiahidup-sehat-tanpa-obat. (22 Oktober 2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 5 No 2, 25–39.
- Muntama, M., Bakhri, S., Sulastri, S., & Buchori, B. (2023). PURCHASE DECISION FACTORS FROM PRODUCT QUALITY, DESIGN PACKAGING AND PRICE (Study on Dodol Pineapple consumers in East Lampung). *International Journal of Economics Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(2), 1–13.
- Noor Fatimah, H., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 109.
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Naufal, D. M., & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Pemasaran Produk Personal

- Care Pria Kahf Melalui Internal Dan External Social Influencer Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Ngazizah, L. N. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pond's Men Facial Wash (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 1–124.
- Novita Dewi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lem Kuning Lamtek (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Mitra Forindo Sejahtera). *Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang*, 5–6.
- Pandiangan, K., Masiyono., & Atmogo, D.Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived, & Brand Loyalty* Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Putra, P., F., Y., M., Untari, T., D., & Rohaeni, H., Pengaruh Harga, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Kahf Jurnal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7>
- Parawangsa, I., Santi, I. N., Parani, S. B., & Lamusa, F. (2024). *Eksplorasi Faktor Penghambat Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Kota Palu Indra Parawangsa 1 , Ira Nuriya Santi 2 , Syamsul Bahri Parani 3 , Faruq Lamusa 4*. 207–222.
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297–3312.
- Purnomo, Y. J. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.23>
- Subianto, D., & Basuki, K. (2024). Pengaruh Influencer dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kahf dengan E-Commerce sebagai Moderating. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 826. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1322>
- Sujarweni,V,W. (2018). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendekatan kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanti, V., Hidayah, A., & Zamakhsyari, L. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Indonesian Journal of Business*

Analytics, 4(2), 4441–4456. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, cv. Bandung

Vieri, C., & Sarah, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Influencer dan Konten Visual Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Kahf di Tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 506–525. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1928>

Wijayanti, R., Rizal, N., & Sulistyan, riza bahtiar. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*.

Winasis, caroline lystia rut, Widiyanti, halimah sandra, & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.

