

REFERENSI

- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Aris, N., Aji, P., Rachma, N., & Rizal, M. (2022). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (CV. Surya Perkasa Mandiri Malang)*. 104–114. www.fe.unisma.ac.id
- Cindy, Rahayu, A. (n.d.). *Pengaruh Bauran pemasaran, Digital Marketing, dan Direct Selling di Toko Cindy Jaya Furniture terhadap Keputusan Pembelian*. X, 1–17.
- Citra, A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek AQUA(Studi Pada Mahasiswa FE Universitas Semarang)*.
- Edvin Fairliantina, N. I. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Fore Coffee. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 18–29. <https://doi.org/10.35908/jeg.v8i2.2945>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- 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.
- Hartinah, Y., Maulana, L. H., & Sudarijati. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Umkm Nagief Toys Kampung Boneka Bogor the Influence of Promotion, Price and Product Innovation on the Purchasing Decision of Umkm Nagief Toys Kampung Boneka Bogor. *Karimah Tauhid*, 2(2), 572–584.

- Inayah, & Gumilang. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Body Care Herborist di Sidoarjo. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*,. <https://doi.org/10.30649/aamama.v27i1.230>
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765.
- Maulana, M. I. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 5(3), 140–156. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i3.868>
- Misidawati, D., Umi, R., & Kamaruddin, M. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel Di Indonesia. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen pemasaran*.
- Noor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian motor matic Honda Beat (studi pada warga perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554–1563. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1554-1563>
- Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155–163.
- Prasasti, T. E., & Ramadhika, A. (2024). ... Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Mcdonald’S (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung Di Masa Boikot). *Prosiding ...*, 6681(7), 1393–1401.
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu*

- Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Rizani, Hinggo, & H. Zaki. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.894>
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Satriadi, Wanawir, E. H., L. S., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran (M. Suardi (ed.))*. Samudra Biru.
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. *Jurnal Economina*, <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.680>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Sutopo (ed.); 2nd ed.)*. Alfabeta.
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Tabar, F. ., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 1–19.
- Triana, D., & Hidayat, R. (2023). Analisis brand image sebagai variabel mediasi antara pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswa pengguna produk Xiaomi di Yogyakarta). *Jurnal Economina*, 2(2), 586–601. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.338>
- Yolanda, & Wijanarko, D. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum merek AQUA serta implikasinya terhadap citra merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Sustainability (Switzerland)*.