

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia et al. (2023). *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Keragaman Produk Merek Hanasui Di Sukoharjo*. 07(02), 1–8.
- Anggita Prisilia Tjoa. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Saff & Co Di Kota Yogyakarta* (Issue 1). Universitas Kristen Duta Wacana.
- Aprilia, E. P., & Darmawan, D. (2025). *Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik*.
- Arsyam, M., & M. Yusuf Tahir. (2021). Ragam Jenis Penelitian dan Perspektif. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 37–47.
<https://doi.org/10.55623/au.v2i1.17>
- Azizah, S. N. H., & Purwanegara, M. S. (2022). Factors Influencing Online Purchase Decision of Local Perfume Brands in Indonesia. *International Journal of Business and Economy (IJBECE)*, 4(3), 244–259.
<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>Journalwebsite:<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.
- Caswito, A., Octavia, L. N., Adi, T. W., Ahsan, M., & Qalbi, P. M. (2025). *Pengaruh Faktor dan Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian di E-Commerce dan Pasar*. 13, 2203–2211.
- Dama, K. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Di Social Commerce Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dama Kara*. 15, 17–23.
- Dwiputra, M. (2023). The Influence Of Product Quality, Price And E-Wom On The Purchase Decision. *JOURNAL SYNTAX IDEA*, 5(I), 1297.
- Elen Pratiwi, B., & Habiburrahman. (2024). Pengaruh Direct Marketing Pada Live Shopping Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen (JREM)*, 15, 50–55.
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang*). 6(2), 250–256.
- Erlin Kusuma. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nestle Pure Life*. UNIVERSITAS TIDAR.

- Gede, L., Sari, P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador , Brand Image , and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya , Indonesia. 01023.*
- Hadi Prawiro, M. E. Y. S., & Wijayanto, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Internet Simpati Telkomsel Di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10*(2), 1005–1014. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.30150>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).*
- Hasanah, T. U. (2022). *Pengaruh Kawasan Ekonomi Khusus terhadap Investasi Asing dan Peningkatan Lapangan Kerja di Indonesia. 9*(2), 612–624.
- Ilham, M., Haeruddin, W., Dipoadmodjo, T. S. P., Sahabuddin, R., Ikhwan, M., Haeruddin, M., Makassar, U. N., & Selatan, S. (2023). *Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Non Fisik terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Pelindo (Persero) Regional IV Makassar. 2*(1), 411–419.
- Imani, A. N., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Effect of Product Quality , Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision of Wardah Cosmetics in Jakarta National University. 4*(1). <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i1.861>
- Janah, U., & Ariyanti, O. (2024). Manajemen Pemasaran Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Pendapatan Produk UMKM Singkong Jelaku. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital, 3*(1), 11–18. <https://doi.org/10.58222/jemakbd.v3i1.823>
- Jesica Febriana et al., (2024). (2024). Pengaruh Cita Rasa, Promosi, Harga Dan Lokasi. *BISECEER (Business Economic Entrepreneurship), 7*(1), 89–104.
- Katerina, A., Terenggana, C. A., & Tyra, M. J. (2023). *The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Products. 5*(1), 11–18. <https://doi.org/10.36067/jbis.v5i1.167>
- Khaidir Ali Fachreza, Mukhlis Harvian, Nasya Zahra, Muhammad Izzudin Islam, Muhammad Daffa, Miftahul Chair, & Mia Lasmi Wardiyah. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah, 1*(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>
- Krey, E. J., & Dananjaya, I. (2024). *The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions of Glad2glow Skincare Products. 4*(2), 740–747.
- Kurniawati, E., & Rindrayani, S. R. (2025). *Pendekatan Kuantitatif dengan Penelitian Survei : Studi Kasus dan Implikasinya.*
- Lestari, D., & Juhana, D. (2024). *The Influence of Price and Product Quality on Cosmetic Purchasing Decisions in a Marketplace. 18*(1), 40–46.

- Mahmudi, R., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4085/4097>
- Marcelina, P. S., Yosephine Jessica Teyseran, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 252–262.
<https://doi.org/10.55606/jimek.v3i2.1805>
- Marpaung, D., Bakti, S., & Saragih, L. (2022). *The Influence Of Brand Image , Price , And Product Quality On Purchase Decisions (Empirical Study On Students Of Smk Muhammadiyah 5 Kisaran)*. 06(01), 35–39.
- Melinda, F., Febriana, R., Siregar, J. S., & Jakarta, U. N. (2024). *The Influence of Promotions and Prices on The Decision to Purchase Facial Makeup Services at The Hellobeauty Marketplace Service*. 3(2), 890–908.
- Melly Fitriana et al. (n.d.). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra merek Produk Pasta Gigi Pepsodent (Studi Kasus Pada Toko Bahagia Di Desa Pucungrejo)*. X, 0–6.
- Mufid, A. F. & A. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk herbal beauty di kabupaten sukoharjo*. 3(2).
- Muhammad Syariful Anam et al. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra Article*. May. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Muharromah, O., Suarna, N., & Prihartono, W. (2024). Implementasi Algoritma Regresi Linear Berganda Untuk Prediksi Produksi Padi Di Kabupaten Cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(6), 3815–3820.
<https://doi.org/10.36040/jati.v7i6.8206>
- Mutia, R. D., & Sari, D. U. (2024). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Parfum Bermerek Lokal HMNS Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 49–58.
<https://doi.org/10.54082/jupin.255>
- Nilowardono, S., Baktiono, A., Artaya, I. P., & Rosyid, A. (2024). *The Influence of Product Quality on Purchase Decision Through Brand Image : A Case Study On 3second Fashion*. 07(01), 30–39.
- Nurlaila, N., Nainggolan, W. N., & Keuangan, P. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan*. 4(1), 33–43.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratama, A. A., P, R. L., & Riningsih, D. (2024). *Influence Of Product Quality And Price Regarding The Decision To Purchase Erigo Fashion Products In The Shopee Marketplace (Case Study Of Students At The Faculty Of Economics, Kadiri University)*. 8(5), 316–325.
- Puji Nurjanah, N. E. I. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis 2016*, 4(4), 1–7.
- Putri, S. A., Swari, N. C., & Zulmi, N. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Cinta Laura Terhadap Brand Image Fore Coffee: Journal of Communication and Language*. 5(1), 454–463.
- Rafa, M. (2019). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di miniso yogyakarta skripsi*.
- Rahmi, P. P. (2025). *The Influence of Brand Image , Product Quality , and Price*. 6(1).
- Riani, R., Saputra, C. K., & Octavia, A. N. (2024). *Dampak Kualitas Produk , Citra Merek dan Promosi dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*. 08(02), 149–158. <https://doi.org/10.31575/jp.v8i2.568>
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). *Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)*. 2, 2722–2739.
- Rohmanuddin. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian. *Jurnal Bina Manajemen*, 10, 78–89.
- Safitri, N., & Syarif, M. A. (2023). *What factors influencing purchasing decisions for cosmetic products ? A study on brand image , price , and promotion*. 5(2).
- 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, P. R., & Prabowo, R. E. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Vaseline Di Kota Semarang*. 17(1), 22–31.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Syafe, M. (2024). *The influence of brand image and word of mouth on purchase decisions at the 3 Second Fashion Store in Palangka Raya City*. 4(2), 124–

137.

- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Syifa Arizah et al. (2023). *Strategi Program Radio Siaran “Good Morningdislovers” Untuk Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio Dis Fm Tebing Tinggi)*. 2(2), 1531–1538.
- Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). *The Effect of Brand Image , Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand “ This Is April ” Management Department , Faculty of Economics and Business , Universitas Brawijaya*. 25(2).
- Verrelie, M. C. (2022). *The Impact Of Price And Promotion Towards Purchase Decision Of Fast Fashion Brand In Offline Store*. 2020, 155–170.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen pemasaran* (Issue April).
- Yuwono, B. (2023). *Pengaruh Insentif dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Marketing pada PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Tanjung Priok*. 3(1), 54–61.
- Zhahra Lubis, A., Lastrian Nahulae, L., Marlina Anggraini, N., Adawiyah, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga. *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 2022–2025. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21412>