

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The effect of product quality, brand image, price, and advertising on purchase decision and its impact on customer loyalty of morinaga milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234–249.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>
- Agustin, A., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2021). Purchase Decision Based on the Brand Image, Product Design and Lifestyle on Converse Shoes in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 53–59. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.1907>
- ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE IN PANGKALPINANG CITY*. 9(3), 356–363.
- Anwar, A. S., & Siswanto, D. S. (2020). PENGARUH DIFFERENSIASI PRODUK dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE SEM SMARTPLS. *KarismaPro*, 11(2), 58–73. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v2i2.108>
- Anwar, R. A., Ramadhan, R., & Artikel, I. (2022). Pentingnya Pemasaran Dalam

- Menunjang Perkembangan Bisnis. *Journal for Management Student (JFMS*, 2(4), 5–7. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>
- Avrinella Silaban, S., Sinulingga, S., & Author, C. (2021). The Effect of Green Marketing on Purchase Decisions and Brand Image as Intervening Variables (Case Study at: Pt. Sari Coffee Indonesia - Starbucks Focal Point Medan). *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 8(January), 1.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). pengaruh product quality, Brand ambassador, dan Word ofMouth pada sepatu futsal Ortuseight. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.
- Fajaliandra, & Saputra, D. (20223). Pengaruh Sensitivitas Harga Terhadap Niat Membeli Konsumen MelaluiPersepsi Harga Dan Emosi Konsumen(Studi Kasus Konsumen Indomaret Di Kota Pangkalpinang). *Journal Of Social Science Research*, 3, 108–121.
- Febrianto Putra Pratama, & Evi Sofia. (2024). the Influence of Product Quality and Brand Image on Purchasing Decisions (Case Study of Compass Shoe Brand). *Journal of Management and Energy Business*, 3(2). <https://doi.org/10.54595/jmeb.v3i2.64>
- Firdaus, I. F., Rita Tri Yusnita, & Depy Muhamad Pauzy. (2023). Pengaruh Desain

- Produk Dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk (Survei Pada Karyawan PT. Wijaya Agape Tasikmalaya) Depy Muhamad Pauzy. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 50–67. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3 September.207>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hanif, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Harga Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Kota Jombang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(1), 37–50. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/10194>
- Hilgers, R.-D., Heussen, N., & Stanzel, S. (2019). *Statistik, deskriptive* (Issue 1). https://doi.org/10.1007/978-3-662-48986-4_2900
- Irawan, D. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu). *UIN Raden Intan Lampung*, 2(11), 284. <http://repository.radenintan.ac.id/5619/1/SKRIPSI DEDI IRAWAN.pdf>
- JASMINE, K. (2014). PENGARUH MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS PADA KALANGAN. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.

- Juárez-Varón, D., Mengual-Recuerda, A., Capatina, A., & Núñez Cansado, M. (2023). Footwear consumer behavior: The influence of stimuli on emotions and decision making. *Journal of Business Research*, 164(May). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114016>
- Juhaeri. (2018). Pinisi Discretion Review The Influence of Brand Image , Service Quality , Price Perception and Trust on the Purchase Decision of Welding Workshop Welding. *Jurnal Pinisi Discretion Review*, Vol 2(1), 17–24.
- Kamajaya, V., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Ortuseight Di Surakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4737–4749. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Khasbiyash, S. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Sepatu Futsal Ortuseight Di Kalanan Pemain Futsal Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–23.
- Liana, L. (2019). Analisis Regresi dengan Variabel Moderating. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.
- Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar The Effect of Brand Image, Quality Product, and Price To The Purchase Decision of Converse Shoes in Makassar. *Jbmi*, 16(2), 135–168. www.topbrand-award.com

- Mengistu, A. T., Dieste, M., Panizzolo, R., & Biazzo, S. (2024). Sustainable product design factors: A comprehensive analysis. *Journal of Cleaner Production*, 463(November 2023), 142260. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.142260>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Murdapa, P. (2020). *The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>
- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen Bisnis*, 1(1), 17–28.
- Nugroho, F., John EH J. FoEh, & Sugeng Suroso. (2023). Analysis of Factors Affecting Outpatient Loyalty at Ananda Bekasi Hospital with Satisfaction as an Intervening Variable. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 4(1), 67–92. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v4i1.1742>
- Raharjo, R. O., Alamsyah, M. F. A., Ghafiqi, A. Al, Perdana, M. R. P., & Laila, Q. A. (2023). Pengaruh Desain Produk, Harga, Fitur, dan Daya Tahan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening.

Senastian, 4(3), 1–8.
<https://ejournal.itats.ac.id/senastitan/article/view/5459%0Ahttps://ejournal.itats.ac.id/senastitan/article/download/5459/3773>

Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Edunomika*, 8(1), 2023.

Raul Frida Putra, & Neng Siti Komariah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 163–171.
<https://doi.org/10.31599/jiam.v18i2.1544>

Renwarin, J. M. J., Hanzdima, F. X. J., Fahrani, H., & Jessica, T. (2025). *The Importance of Decision Making of Customers Through Store Atmosphere for the New Coffee Outlet in Jakarta , Indonesia*. 10.

Saldanha Barreto, J., Dewi, C., & Ximenes, L. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILi-Timor Leste. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(1), 332–340.
<http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>

Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literature Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>

Sanny, A., & Daulay, M. T. (2023). The Effect of Brand Image, Promotion, and Product Design on Purchasing Decisions of Morinaga Chil School Milk. ... *Conference on Economics and Business*, 2(2).
<https://ijconf.org/index.php/iceb/article/view/278%0Ahttps://ijconf.org/index.php/iceb/article/download/278/297>

Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164.
<https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>

Sinambela, E. A., Hakim, Y. R. Al, & Hahury, H. D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Sensitivitas Harga. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 9–15.

STRUKTUR EQUATION MODELING (SEM) - Berbasis Varian, 11
 Sustainability (Switzerland) 1 (2019).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318–1331. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>

Tahir, A. H., Adnan, M., & Saeed, Z. (2024). The impact of brand image on

customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review.

Heliyon, 10(16), e36254. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36254>

Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Vicky. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE*. 2(5).

Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2744–2760.

Wijayanti, T. W., Alfiani, A., Ayunda, P., Istiqomah, D., & Widodasih, R. . W. K. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Tengah Kontroversi Israel: (Studi Pada Konsumen Di Kota Bekasi). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 606–618. <http://www.journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/2191>

Wydyanto, & Ilhamalimy, R. R. (2021). the Influence of Service Quality and

- Product Qualityon Purchase Decisions and Customer Satisfaction(Marketing Management Literature Review). *Dijms*, 3(2), 385–394.
<https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2>
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.
- Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.
<https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>
- Zahara, Z., Muslimin, M., Rumijati, A., & Rony, Z. T. (2024). Competitive Advantage as Mediating Role to Enhance MSMES Performance. *Journal of Small Business Strategy*, 34(2), 109–117.
<https://doi.org/10.53703/001c.121131>
- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The effect of product quality, brand image, price, and advertising on purchase decision and its impact on customer loyalty of morinaga milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234–249.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858.

<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192>

Agustin, A., Sudarwati, S., & Maryam, S. (2021). Purchase Decision Based on the Brand Image, Product Design and Lifestyle on Converse Shoes in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(1), 53–59. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.1907>

ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA. (2022). *THE EFFECT OF PROMOTION, PRICE, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE IN PANGKALPINANG CITY*. 9(3), 356–363.

Anwar, A. S., & Siswanto, D. S. (2020). PENGARUH DIFFERENSIASI PRODUK dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE SEM SMARTPLS. *KarismaPro*, 11(2), 58–73. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v2i2.108>

Anwar, R. A., Ramadhan, R., & Artikel, I. (2022). Pentingnya Pemasaran Dalam Menunjang Perkembangan Bisnis. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(4), 5–7. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>

Avrinella Silaban, S., Sinulingga, S., & Author, C. (2021). The Effect of Green Marketing on Purchase Decisions and Brand Image as Intervening Variables (Case Study at: Pt. Sari Coffee Indonesia - Starbucks Focal Point Medan). *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 8(January), 1.

Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). pengaruh product quality, Brand

ambassador, dan Word ofMouth pada sepatu futsal Ortuseight. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N. (2021). the Influence of Product Quality, Brand Image, Brand Trust on Customer Satisfaction and Loyalty. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(01), 25–34.

Fajaliandra, & Saputra, D. (20223). Pengaruh Sensitivitas Harga Terhadap Niat Membeli Konsumen MelaluiPersepsi Harga Dan Emosi Konsumen(Studi Kasus Konsumen Indomaret Di Kota Pangkalpinang). *Journal Of Social Science Research*, 3, 108–121.

Febrianto Putra Pratama, & Evi Sofia. (2024). the Influence of Product Quality and Brand Image on Purchasing Decisions (Case Study of Compass Shoe Brand). *Journal of Management and Energy Business*, 3(2).
<https://doi.org/10.54595/jmeh.v3i2.64>

Firdaus, I. F., Rita Tri Yusnita, & Depy Muhamad Pauzy. (2023). Pengaruh Desain Produk Dan Desain Proses Terhadap Kualitas Produk (Survei Pada Karyawan PT. Wijaya Agape Tasikmalaya) Depy Muhamad Pauzy. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 50–67.
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i3> September.207

Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>

Hanif, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Melalui Harga Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Subsektor Fashion Di Kota Jombang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(1), 37–50.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jimmu/article/view/10194>
- Hilgers, R.-D., Heussen, N., & Stanzel, S. (2019). *Statistik, deskriptive* (Issue 1).
https://doi.org/10.1007/978-3-662-48986-4_2900
- Irawan, D. (2019). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu). *UIN Raden Intan Lampung*, 2(11), 284.
<http://repository.radenintan.ac.id/5619/1/SKRIPSI DEDI IRAWAN.pdf>
- JASMINE, K. (2014). PENGARUH MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU SNEAKERS PADA KALANGAN. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Juárez-Varón, D., Mengual-Recuerda, A., Capatina, A., & Núñez Cansado, M. (2023). Footwear consumer behavior: The influence of stimuli on emotions and decision making. *Journal of Business Research*, 164(May).
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114016>
- Juhaeri. (2018). Pinisi Discretion Review The Influence of Brand Image , Service Quality , Price Perception and Trust on the Purchase Decision of Welding Workshop Welding. *Jurnal Pinisi Discretion Review*, Vol 2(1), 17–24.
- Kamajaya, V., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Kualitas

Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Ortuseight Di Surakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4737–4749. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Khasbiyash, S. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Sepatu Futsal Ortuseight Di Kalanan Pemain Futsal Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–23.

Liana, L. (2019). Analisis Regresi dengan Variabel Moderating. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.

Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar The Effect of Brand Image, Quality Product, and Price To The Purchase Decision of Converse Shoes in Makassar. *Jbmi*, 16(2), 135–168. www.topbrand-award.com

Mengistu, A. T., Dieste, M., Panizzolo, R., & Biazzo, S. (2024). Sustainable product design factors: A comprehensive analysis. *Journal of Cleaner Production*, 463(November 2023), 142260. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.142260>

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.

- Murdapa, P. (2020). *The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>
- Noviani, S. R., & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen Bisnis*, 1(1), 17–28.
- Nugroho, F., John EH J. FoEh, & Sugeng Suroso. (2023). Analysis of Factors Affecting Outpatient Loyalty at Ananda Bekasi Hospital with Satisfaction as an Intervening Variable. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 4(1), 67–92. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v4i1.1742>
- Raharjo, R. O., Alamsyah, M. F. A., Ghafiqi, A. Al, Perdana, M. R. P., & Laila, Q. A. (2023). Pengaruh Desain Produk, Harga, Fitur, dan Daya Tahan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kualitas Produk sebagai Variabel Intervening. *Senastian*, 4(3), 1–8. <https://ejournal.itats.ac.id/senastitan/article/view/5459%0Ahttps://ejournal.itats.ac.id/senastitan/article/download/5459/3773>
- Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Edunomika*, 8(1), 2023.
- Raul Frida Putra, & Neng Siti Komariah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(2), 163–171.

<https://doi.org/10.31599/jiam.v18i2.1544>

Renwarin, J. M. J., Hanzdima, F. X. J., Fahrani, H., & Jessica, T. (2025). *The Importance of Decision Making of Customers Through Store Atmosphere for the New Coffee Outlet in Jakarta , Indonesia. 10.*

Saldanha Barreto, J., Dewi, C., & Ximenes, L. (2023). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILi-Timor Leste. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(1), 332–340. <http://ijmmu.com><http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>

Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literature Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>

Sanny, A., & Daulay, M. T. (2023). The Effect of Brand Image, Promotion, and Product Design on Purchasing Decisions of Morinaga Chil School Milk. ... *Conference on Economics and Business*, 2(2). <https://ijconf.org/index.php/iceb/article/view/278%0Ahttps://ijconf.org/index.php/iceb/article/download/278/297>

Santoso, A., & Sispradana, A. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 1(2), 155–164. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol1.iss2.art7>

Sinambela, E. A., Hakim, Y. R. Al, & Hahury, H. D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Sensitivitas Harga. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 1(1), 9–15.

STRUKTUR EQUATION MODELING (SEM) - Berbasis Varian, 11 Sustainability (Switzerland) 1 (2019).

http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318–1331. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>

Tahir, A. H., Adnan, M., & Saeed, Z. (2024). The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(16), e36254. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36254>

Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Vicky. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE*. 2(5).

Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2744–2760.

Wijayanti, T. W., Alfiani, A., Ayunda, P., Istiqomah, D., & Widodasih, R. . W. K. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Tengah Kontroversi Israel: (Studi Pada Konsumen Di Kota Bekasi). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 606–618.
<http://www.journal.lembagakita.org/index.php/jemsi/article/view/2191>

Wydyanto, & Ilhamalimy, R. R. (2021). the Influence of Service Quality and Product Qualityon Purchase Decisions and Customer Satisfaction(Marketing Management Literature Review). *Dijms*, 3(2), 385–394.
<https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2>

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.

Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk

Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.
<https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>

Zahara, Z., Muslimin, M., Rumijati, A., & Rony, Z. T. (2024). Competitive Advantage as Mediating Role to Enhance MSMES Performance. *Journal of Small Business Strategy*, 34(2), 109–117.
<https://doi.org/10.53703/001c.121131>

