

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In Antasari Press. SUKAPress UIN Sunan Kalijaga. Manajemen Pemasaran.
- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (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)*.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca*, 26-40
- Asriyah, C., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan
- Azis, A., & Nurhadi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Economia*, 14(1), 89–98.
- Bahri Syaiful dan Syalimono Siahaan. 2019. Pengaruh Penempatan Pegawai,. Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT. PLN Unit
- Chafidon, M. A. A. Z., Margono, M., & Sunaryo, S. (2022). Social media marketing on purchase intention through mediated variables of perceived value and perceived risk. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(9), 1182-1195.

- Damayanti, F. (2023). Dampak Citra Merek dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Pengguna Produk PT. Unilever Indonesia. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)* Vol 4 No 1 Maret 2023, 23-36.
- Dewi, I. C., & Hartono, J. (2019). The impact of advertising towards brand image and purchase intention: The Case Study of Mataharimall. com. *Review of Management and Entrepreneurship*, 3(1), 47-76.
- Dewi, L. G. P. S., Oei, S. J., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia* (Doctoral dissertation, EDP Sciences).
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Presepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquilty*, 69-80
- Effendy, F. H., Khuzaini, K., & Hidayat, I. (2019). Effect of Service Quality, Price And Store Atmosphere on Customer Satisfaction (Study on Cangkir Coffee Shop in Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 123-148.
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021, September). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 312-325).
- Fachmi, M., Setiawan, I. P., & Hidayat, A. (2019). Analysis of factors affecting consumer purchase decision at online shops.
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *MBR (Management and Business Review)*, 3(2), 116-123.

- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10
- Ghozali, I. 2019. *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair,et al.(2017). *A Primer on Partial Least ...* Bandung : Pustaka Setia
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Presepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara Di UD. Bareleng Tani Jaya Batam. *JURNAL ECOBISMA*, 37-53
- Hidayat, A., Adanti, A. P., Darmawan, A., & Setyaning, A. N. (2019). Factors influencing Indonesian customer satisfaction and customer loyalty in local fast-food restaurant. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 131-139.
- Jamilah, R. S. (2022). Influence Of Product Quality And Brand Trust On Consumer Satisfaction Of Emina Cosmetic Products. *Movere Journal*, 4(1), 19-28.
- Julia, C., & Slamet, F. (2022). Pengaruh e-WOM, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek terhadap Intensi Pembelian Konsumen pada Produk Kosmetik Lip Tint di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 692-700.
- Keller, K. L., & S. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity (Fifth Edition)*. Pearson Education, 7(C), 2020.
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). The effect of brand image and product knowledge on purchase intentions with e-WOM as a mediator variable.

International Journal of Research in Business and Social Science, 12(1), 80-89.

Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks*, Jakarta.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17e-Global Edition ed., Vol. 17)*. Pearson Education Limited.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13.

Kotler, Keller, Cunningham, & Sivaramakrishnan. (2018). Department of Marketing and Consumer Studies College of Management and Economics Advanced Marketing MCS 3000 / FALL 2010. Marketing Management

Kurniawati, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan, risiko dan manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking BRI. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 8(1), 519-578.

Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

Latifaturrosyid, S. (2019). *Penerapan Strategi Promosi Pada Museum Monumen Yogya Kembali*.

Leinse, P., Totzek, D., & Schumann, J. H. (2018). How price fairness and fit affect customer tariff evaluations. *Journal of Service Management*, 29(4), 735-764.

Mulyadi, Mohammad, 2020. *Metode Penelitian Praktis Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Publica Institute

Nainggolan, F., & Hidayat, A. (2020). The effect of country of origin, brand image, price fairness, and service quality on loyalty toward iPhone mobile users,

mediated by consumer satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1).

Nainggolan, F., & Hidayet, A. (2020). The effect of country of origin, brand image, price fairness, and service quality on loyalty toward iPhone mobile users, mediated by consumer satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1).

Narimawati, Umi *et al.* Metode Penelitian Dalam Implementasi. Ragam Analisis (Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan. Disertasi). Yogyakarta: Cv Andi Offset,

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. (*Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*), 8(2), 52–58

Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh kepercayaan, popularitas, dan citra merek terhadap minat beli produk kamera sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 953.

Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 42–49

Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy (Studi Konsumen di Pondok Pesantren Putri Salafiyah Syafi'iyah Al - Khoiriyah Hasyim Seblak Diwrek Jombang). *BIMA : Journal of Business and Inovation Management*, 271 – 283

- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 98-104
- Rahmawati, R., & Sentana, I. P. (2021). The effect of product quality on customer loyalty with the mediation of customer satisfaction. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 9(2), 2349-0349.
- Rommy, A. S. N., Moh, N., & Nur, A. (2018). Effect of brand image and price perception on purchase decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81.
- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh ekuitas merek, atribut produk dan direct marketing terhadap keputusan pembelian mobil toyota pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendeand. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1).
- Shin, Y. H., Jung, S. E., Im, J., & Severt, K. (2020). Applying an extended theory of planned behavior to examine state-branded food product purchase behavior: The moderating effect of gender. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(4), 358-375.
- Slamet, S., Perwira, I., & Suhartini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pelanggan Online Cake Box). *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 452-460.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta,Bandung

- Sulistiyana, R. T., Hamid, D., & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Museum Satwa). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2).
- Swaminathan, V., Gupta, S., Keller, K. L., & Lehmann, D. (2022). Brand actions and financial consequences: A review of key findings and directions for future research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 639-664.
- Teddy, A., & Zuliestiana, D. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 5422-542
- Viando, H. A., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Brand Vamo di Yogyakarta). *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 10(2), 503-516.
- Wandriani, R. N., & Budiono, H. (2020). Prediksi Pelayanan Pelanggan, Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Fisik Toko, Dan Kesadaran Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Pengecer Sebagai Mediasi Di IKEA Alam Sutera. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 334.
- Wang, H., Qi, S., Zhou, C., Zhou, J., & Huang, X. (2022). Green credit policy, government behavior and green innovation quality of enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 331, 129834.

- Wardhana, A. (2021, June). The Impacts of Brand Image, Brand Love, and Brand Trust on Brand Loyalty: Case Study on Coffee Drinks. In *18th International Symposium on Management (INSYMA 2021)* (pp. 164-168). Atlantis Press.
- Wijaya, C. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada. *Agora*, 6(2), 287216.
- Yaqub, R. M. S., Halim, F., & Shehzad, A. (2019). Effect of service quality, price fairness, justice with service recovery and relational bonds on customer loyalty: Mediating role of customer satisfaction. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(1), 62-94.
- Yu, S. X., Zhou, G., & Huang, J. (2022). Buy domestic or foreign brands? The moderating roles of decision focus and product quality. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(4), 843-861.
- Zhang, X., Yang, J., Lin, T., & Ying, Y. (2021). Food and agro-product quality evaluation based on spectroscopy and deep learning: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 112, 431-441.