

## DAFTAR PUSTAKA

- Adaming, S. (2019). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk ponsel Iphone (Studi pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Negeri Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Azahari, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 553-564.
- Dzulkharnain, E. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen npk mutiara di ud. barelang tani jaya batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37-53.
- Hasan, M. Iqbal. 2010. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Ed. 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. and Keller, K. (2010) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1).
- Mahaditha, Putu Gede. 2022. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Merek Lifebuoy di Kabupaten Badung. Undergraduate thesis, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Mandili, et al. 2022. *Effect of Product Quality, Customer Satisfaction, Trust, and Brand Image on Repurchase Intention. Case Study: Halal Cosmetic Products*. Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal), 5 (2).
- Maryanto & Sugiyanto. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen pada mahasiswa Esa Unggul pengguna Iphone. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10-23.
- Mongi, Lidya, dkk. 2013. "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado". *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4 Desember.
- Murniasih, Ni Nyoman. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Undergraduate thesis*, Universitas Pendidikan Ganesha.

- Mutiara Widia Pradana Putri dkk. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 16 No 2 Juni 2016: 234 – 241 238
- Naufaldi, Farras (2022) Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Konsumen “*Chatime*” di Daerah Istimewa Yogyakarta). Ringkasan Skripsi thesis, STIE YKPN.
- Nugraha, Ari. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Arasta Glow RD Mutiara Abadi. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).
- Pratama, Ardyansyah Surya. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang (studi pada pengguna *smartphone* Iphone di Surakarta). *Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pride, William M. dan O.C. Ferrel. 2010. *Marketing*. Fiftinth Edition. Canada: Sourth Western International Edition.
- Punarpadi dan Indarwati. (2022). Pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *repurchase intention* produk kosmetik halal di *E-Commerce*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10 (1): 136-147.
- Raessa Adellina Dewi (tanpa tahun). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Fladeo di Kota Padang.
- Ramdhani dan Widyasari (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang *smartphone* Oppo di Pati. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Keuangan*, 4 (3): 1651-1667.
- Rohmat, Bangkit. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Magelang. Magelang
- Satria *et al.* (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. Artikel Universitas Ciputra.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Selviana, Andi. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha Fino di CV. Akai Jaya Motor Palu. *Undergraduate Theses thesis*, Universitas Tadulako.
- Simanjuntak, Robby. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada merek *Zara* cabang Senayan city Jakarta Pusat. *Labs: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 27 (1).

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. Fandy. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Index*. 2023. Diakses pada 27 Februari 2023, dari *Top Brand Award*: [https://www.topbrandaward.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=1&id\\_subkategori=603&tahun\\_awal=2021&tahun\\_akhir=2023&brand1=Nivea&brand2=Oriflame&brand3=Ponds&brand4=Vaseline&brand5=Wardah](https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=1&id_subkategori=603&tahun_awal=2021&tahun_akhir=2023&brand1=Nivea&brand2=Oriflame&brand3=Ponds&brand4=Vaseline&brand5=Wardah).
- Walker, O. C, dan Mullins, J. W. 2014. *Marketing Strategy: A Decision-Focused Approach*. Seventh Edition. New York: McGraw-Hill.
- Yasa (2018). *The Role of Brand Image to Mediate The Effect of Product Quality on The Repurchase Intention on Adidas Brand Shoes in Denpasar City*. RJOAS, 11 (83): 172-180.

