

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, W. B., Tachta Hinggo, H., dan Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Yongki Komaladi Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 401–413.
- Afrizal, F. N. (2022). The Effect Of Promotion, Price, and Brand Image on Purchase Decision on E-Commerce Shopee in Pangkalpinang City. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 1–16. <https://doi.org/https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Ajjjah, N., Harini, D., dan Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Alamsyah, I., dan Budiarti, A. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemene*, 11(11), 1–14.
- Amanda, M. M. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Box Outlet Singaraja*.
- Barreto, J. S., Dewi, L. K. C., dan 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. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v10i1.4399>
- Candra, E., dan Ketut Sunaryanto. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Business and Investment Review*. <https://doi.org/10.61292/birev.v1i5.53>
- Carmelia, C., Fadlan, J., dan Rohani, F. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., dan Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.860>

- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hartono, M. E. M., dan Wicaksana, P. S. I. (2023). The influence of brand image product quality and price on purchase decisions of garnier facial cleanser products in South Cikarang. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 947–955. <https://doi.org/www.enrichment.iocspublisher.org>
- Jannah, M. W. Al, Faradita, P. A., dan Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 518–529. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6284>
- Khairunnisa, S., Budiyaniti, H., dan Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., dan Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Larasati, I. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–8.
- Lestari, M., dan Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>
- Loviga, L. T., dan Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Erigo. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 341–355. <https://doi.org/https://doi.org/10.53363/buss.v3i1.128>

- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Putra, I. G. B. S., dan Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.
- Rias, I. G. E. (2020). *Faktor-faktor penentu keputusan pembelian pakaian di Box Outlet singaraja*.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Ummah, K. N. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Baju Thrifting Dimediasi Kepercayaan dan Sikap Konsumen dalam Perspektif Bisnis Islam. In *Ayan* (Vol. 15, Issue 1).
- Yunita, P., dan 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.