

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. 1991. Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York: The Free Press.
- Apriany, Ade, dkk. 2022. “Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT”. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Volume 10, Nomor 1 (hlm.105-114).
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azahari, Al, dan Lukmanul Hakim. 2021. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis, Volume 1, Nomor 4 (hlm.553-564).
- Fadhila, Siti, dkk. 2020. “Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan”. SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan, Volume 8, Nomor 1 (hlm.53-60).
- Fauzi, Firman, dan Ramadhia Asri. 2020. Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi Pada Konsumen Di Wilayah Jakarta Barat). Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 14, Nomor 2 (hlm.86-95).
- Firmansyah (Ed). 2019 Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25 (P. P.Harto (ed); empat). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr., Joseph F., dkk. 2011. Multivariate Data Analysis. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Hastuti, Anik Puji, dkk. 2024. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman J&T Express. EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi, Volume 12, Nomor 1 (hlm.150-158).

- Hawkins, D., dkk. 2007. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. 10 th Edition. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Dinda Puji, dan Wirawan Widjarnako. 2023. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso. Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, Volume 2, Nomor 3 (hlm. 753-765).
- Loi, Firman, dkk. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Merek 888 Di UD. Sofia Kecamatan Toma. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, Volume 4, Nomor 1 (hlm.213-224).
- Lotulung, Pricilia Veronika, dkk. 2023. Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Volume 11, Nomor 2 (hlm.561-572).
- Magdalena, Maria, dkk. 2024. Selebriti Endoser dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Kosmetik Pada Toko Ms. Glow Marapalam. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Volume 17, Nomor 2 (hlm.1546-1558).
- Mubarok, Muhammad Naufal., dan Wiyadi Wiyadi. 2024. Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Social Media. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, Volume 8, Nomor 1 (hlm.1-15).
- Nugraha, J.P., dkk. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: Nasya Expanding Management
- Putra, Dwi Nirmana, dkk. 2022. Pengaruh Persepsi Konsumen, Prestise dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Vape Jenis Mod di Kecamatan Senduro-Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*. Volume 5, Nomor 1 (hlm.46-53).

- Rahmawati, Ita, dan Risalatul Illiyin. 2021. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Volume 10, Nomor 1 (hlm.103-112).
- Saskia, Caroline, dan Wahyunanda Kusuma Pertiwi. 2023, 20 Oktober. “Ada 354 Juta Ponsel Aktif di Indonesia, Terbanyak Nomor Empat Dunia”. *Kompas*, hlm.1.
- Schiffman, Leon dan L.L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Ketiga (Vol. 3). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Tamba, Iventura Fitra Uli, dan Suci G Sunggu. 2023. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Kosmetik di Kalangan Mahasiswi STMB Multismart Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, Volume 4, Nomor 2 (hlm.2074-2082).
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.
- Veronica, Clarencia Mirnanda, dkk. 2024. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel iPhone. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, Volume 3., (hlm.919-927).