

DAFTAR RUJUKAN

- Anis, K., `Tewal, B., & Uhing, Y. `. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Biro Perekonomian Sekretariat Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 506–516. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i02.48840>
- Agung, dkk 2023. (n.d.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Semarang*.
file:///C:/Users/ASUS/Downloads/6064-17947-3-PB (1).pdf
- Agus, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Alvina Rahma Anggraeni, E. S. (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.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ana Maulidia, Apriatni, B. P. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Mustika Ratu (Studi Pada Konsumen Mustika Ratu di Kota Semarang)*. *X(I)*, 803–812.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/29814>
- Anathasya Wira Gusti Rani Sipahutar , Enda Yunita Surbakti, A. S. H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Adminitrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 93–99. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/5645>
- Apriani Serli, B. K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *DEVELOP : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 46–54.
<https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>
- Apriyani Tinneke, O. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlet Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34831/32673>
- Aridara Nastiti, S. R. T. A. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 126–136.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/25951>
- Dapit Alexsander, Arianis Chan, H. A. M. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga

- dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literatur Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>
- Denaswara, D. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://eprints.ums.ac.id/76865/1/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Fahdilah, R. dan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Fatmawati, S. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Ferdinand, 2006. (2004). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. In *Favian Firwan Firdaus* (Vol. 6, Issue April). <http://eprints.undip.ac.id/46078/>
- Ghozali, 2011. (2013). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi Terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(1), 15. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/718/52>
- Ghozali, 2011. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Ibrahim malik, M. sitti. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Greenhouse Climate Control: An Integrated Approach*, 4(1), 92–97. <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>
- Indrasari, 2019. (2024). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa/Mahasisi STIA Tablong*. 7, 1408–1422. <https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/1090/861>
- Karina, E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tiktok Shop*. 6(2), 101–116. [https://id.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E211ID885G0&p=Okta+venia+dan+Ardani+\(2019\)%2C+menyatakan+bahwa+kualitas+produk+berpengaruh+positif+dan+signifikan+terhadap+keputusan+pembelian](https://id.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E211ID885G0&p=Okta+venia+dan+Ardani+(2019)%2C+menyatakan+bahwa+kualitas+produk+berpengaruh+positif+dan+signifikan+terhadap+keputusan+pembelian)
- Kasuma Dewi, Andri dkk. (2019). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan

Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (studi kasus di PT.Unilever cabang Padang). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. /251-Article Text-479-3-10-20190305 (2).pdf

Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., & Nanulaitta, D. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 451–468.
<https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>

Kolter& Armstrong, 2024. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Queensha*.Id. 9.
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/6201>

Kolter & Keller, 2011:12. (2022). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Anyaman Purun di Kecamatan Haur Gading Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 4(1), 35–44. <https://doi.org/10.36658/ijan.4.1.92>

Kotler, 2018:49. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2), 78–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>

Kotler dan Keller, 2019. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>

Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>

Magdalena, M., & Winardi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i1.217>

Maharani, Puspaningrum, I. (2023). The Effect of Perceived Product Quality and Brand Image on Purchase Decision with Trust As Mediation. *Journal of Business and Management Review*, 4(4), 254–269.
<https://doi.org/10.47153/jbmr44.6672023>

Michael Reinout Adonis, Y. B. R. S. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>

Nabillah, A. Z., Taruna, H. I., & Warsono. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *J-ADBIS : Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 64–73.

<https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jab/article/view/2732/1492>

- Nur Hanifah, H. dkk. (2019). Pengaruh Produk Ramah Lingkungan/Green Product dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37–44.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.345>
- Nuryanti, M.Halim Fawazi, Hery Basuki, J. A. W. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Oloan, A. S. dan A. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
<https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- P.Kotler. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402>
- Putri, 2020. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026.
<https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Sabilla, febriansyah, S. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Somethinc di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 688–707.
<https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>
- Salsabila.Radina. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Bedak Wajah Maybelline Pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional*. 1–23. <http://repository.unas.ac.id/8051/>
- Septa, D. N. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality of Service, Promotion and Quality of Information At PT.Ng Tech Supplies. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 880–889.
<https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.210>
- Sugiyono, 2014:80. (2017). Analisis Pengaruh Pendapat Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra*

- Ekonomika*, 1(2), 107–116.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536>
- Sugiyono, 2016. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sugiyono, 2016. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Sugiyono, 2016. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Indonesia Applicad. *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jhip.v5i1.425>
- Sumaryanto, Erni Widajanti, N. I. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(2), 133–142.
<https://doi.org/10.37477/bip.v14i2.355>
- Supangkat, H. (2017). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS DI INTAKO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1103/1119>
- Thoriq Shofwan, Lina Aryani, H. N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Excellent*, 8(1), 104–115. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.912>
- Tsaqif, G. Q., Hidayah, U. T., & Sumarni, L. (2025). *Krisis Reputasi Pada Brand Skincare "The Originote."* 2, 227–234.
<https://jurnal.yp2n.org/index.php/humanus/article/view/202/155>
- Yohana Dian Puspita, & Ginanjar Rahmawan. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
<https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Yulia, A. dan N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–13. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/32>