

## DAFTAR RUJUKAN

- Arianty, N., & Gunawan, R. (2021, October). Dampak Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening pada UMKM ikan lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 60-74).
- Awalya, S. S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen “Merek Azarine” (Pada Generasi Z Bekasi). *Jurnal Economina*, 2(10),
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25–31.
- Dewi, M. S. P., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Make Up Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 92–99. <https://doi.org/10.23887/bjm.v10i1.64124>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Febriyanti, A., Febriyanti Universitas Buana Perjuangan Karawang, A., Buana Perjuangan Karawang Alamat, U., Ronggo Waluyo Sirnabaya, J., & Barat, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia Di 79 Kalangan Mahasiswa. 3(3), 211–221. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>.
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Gircela, D., & Wati, L. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 09-24.
- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 71-82.
- Hawkins, D. (2020). Consumer behavior: Building marketing strategy.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Idris, M., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 780–793.

- Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *In Bata Ilyas Educational Management Review (Vol. 2, Issue 1)*.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2001. *Principles of Marketing*. Edisi 7. Prentice Hall, inc. Terjemahan oleh Alexander, S. dan B. Molan. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat. 2014. *Principles of Marketing*. Edisi 15. New Jersey. Pearson Prentice Hall. dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. London: *Pearson Education*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran (Ed. milenium 2)*. PT. Ikram Mandiri Abadi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (16th Edition)*. Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N. P. B. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Obat Jerawat Acnes. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 641–650. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.98010>
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 19–34.
- Megasari, K. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) oleh Beauty Vlogger dan Citra Merek terhadap minat Beli Lipstik Maybelline di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i2.63724>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nuha, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Flash Sale di Toko Online.
- Nugraha, A. 2022. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Arasta Glow Rd Mutiara Abadi.
- Puspitosarie, E., Mulyani, A. F., & Putri, A. A. (2021). Pengabdian Masyarakat Pada Usaha Kecil Menengah Kerajinan Rotan Sintetis Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks “Soliditas” (J-Solid)*, 4(2), 238. <https://doi.org/10.31328/js.v4i2.2881>.
- Puspitasari, N. M. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sikat Gigi Pepsodent. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Rahmawan, G., & Suwitho, S. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Awareness, Perceived Quality on School Shoes Purchase Intention. 514–523.

- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafe. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 163–170. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.39647>
- Rizky, D., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Honda Brio Satya Terhadap Minat Beli Pelanggan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(4), 156-161.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>.
- Rouf, A., & Mandala, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 12(7), 627-670.
- Rucitasari, F. W. (2016). *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kripik pedas karuhun (survei pada konsumen jl phh mustafa no. 19 blok c)* (Doctoral dissertation, Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas).
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48-61.
- Saputri, O. A., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Merek Viva Cosmetics di Kota Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4442–4449.
- Sariri, A., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Minat Beli Nivea Hand and Body Lotion pada Mahasiswa Undiksha Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(2).
- Sinukaban, E. B. B., & Dewanti, M. A. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Undiksha pada Marketplace Shopee. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3). <https://doi.org/10.23887/pjmb.v6i3.78667>
- Siswoyo, S. P. (2018). Dampak Kualitas Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Dalam Usaha Sambal. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(6), 781–788.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandari. (2018). Indikator minat beli konsumen. Dalam Suryana (Ed.), *Psikologi Pemasaran* (hlm. 25). Penerbit Universitas.
- Suastini, L. S., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific di Toko

- Kosmetik Queen Beauty Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 165–174. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i1.80671>
- Sudana, D. P. D., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Minyak Daun Cengkeh di UD Dharma Desa Pelapuan. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 755–766. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.100202>
- Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 1–15.
- Wang Ya-Hui and Tsai Cing-Fen (2014) "The relationship between brand image and purchase intention: Evidence from award winning mutual funds." *The International Journal of Business and Finance Research Vol 8 (2) 27-39*.
- Wijaya, P. A. S., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Dini Artshop. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i1.83992>

