

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian handphone Samsung (studi kasus pada konsumen handphone Samsung di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 1(1), 29–38.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Ayu, L., Dewi, R., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk serum The Originote di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 1–13.
- Chaerunnisa, T. U. A. (2023). Analisis pengaruh harga produk, citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli produk sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 1(4), 29–42.
- Cocrill, A., & Goode, M. M. (2010). Perceived price and price decay in the DVD market. *Journal of Product and Brand Management*, 19(5).
- Daga, R. (2017). *Citra, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan*.
- Darwis, E. (2017). Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Avanza pada PT Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar. *EKP*, 13(3), 1576–1580.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).
- Fadila, D. (2021). The effect of brand image, brand ambassador, and product quality on the purchase decision of Mustika Ratu products (study on Sriwijaya University students). 4(April), 182–189.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (Planning & strategy)*. Qiara Media.
- Garvin, D. A. (1984). Product quality: An important strategic weapon. *Business Horizons*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginanda, P. K. D. (2020). The effect of service quality, price, and servicescape on repurchase intention in Gacoan Noodle Restaurant in Jember Regency. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*, 7(2).
- Hidayat, R. R. (2018). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pembeli gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*.

- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66–73.
- Keller, K. L. (2009). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Global Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). PT Indeks.
- Labiro, M. K. (2017). *Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian produk Purbasari Lipstick Matte*.
- Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh brand image, harga, brand trust dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 13(1), 233–241.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Marpaung, F., Arnold, S. M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Indomie pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16.
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan atmosfer toko terhadap keputusan pembelian pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1077–1086.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(1), 16–23.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Rekan: Riset, Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan*, 2(1), 77–88.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, A. (2017). Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk, iklan, dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Ekonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.

- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 649–660.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Razak, M. (2016). *Perilaku konsumen*. Alauddin University Press.
- Saragih, N. V., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli produk skincare Scarlett di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan (JUMBIKU)*, 5(2).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku konsumen*. PT Indeks.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh brand image, kualitas produk, persepsi harga terhadap keputusan pembelian Honda Scoopy di Kota Tangerang. Dalam *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 1070–1079).
- Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, ekuitas merek dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk Honda Vario.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. PT Ghalia.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. PT Remaja Rosdakarya.
- Sutarini, N. K., & Ariasih, M. P. (2024). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sunscreen Azarine di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(2).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Toncar, M. F., Alon, I., & Misati, E. (2010). The importance of meeting price expectations. *Journal of Product and Brand Management*, 19(4), 295–305.
- Wardhana, A., dkk. (2022). *Brand marketing: The art of branding*. Media Sains Indonesia.
- Widyasari, L., & Ariasih, M. P. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Skintific pada mahasiswa manajemen Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 444–452.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen kualitas jasa*. PT Indeks.