

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. A. (1996). Measuring brand equity across products and markets. *California Management Review*, 38(3), 102–120.
- Adawiyah, R. (2025). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kemasan, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jamu Tolak Angin di Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(04), 401-425.
- Akhmad, D. P. N., & Ahmadi, M. A. (2024). Analisis pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap minat pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 51-63.
- Anisa, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Milo Activ-Go UHT. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 408-416.
- Anitasari, H., & Zaenudin, Z. (2025). Kontribusi Digital Marketing dan Product Quality Pada Purchase Decision Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Pada Penjualan Produk MS GLOW di Kota Purwodadi). *eCoBuss*, 8(2), 1203-1217.
- Arianto, B., & Difa, K. (2020). Dimensi kualitas produk dalam perspektif Garvin. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 45–57.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2024). *PDRB Bali Triwulan I Tahun 2024*. BPS Bali.
- Budiman, V. M., Safitri, D., Fajri, R. C., & Kartika, W. (2026). Brand Authenticity Dalam Perspektif Konsumen: Analisis Kualitatif Dan Regresi Logistik Ulasan Shopee Di Indonesia. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(3), 3417-3425.
- Dewi, M. C. L., & Putra, K. E. S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik (Studi Pada Konsumen Oriflame di Kecamatan Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 1-7.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.

- Fitrah, H. (2025). *Strategi Rumah Makan Padang Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus: Enam Rumah Makan Padang di Kecamatan Pauh, Kota Padang)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis regresi* (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, N. P. A., Ramadani, F., Berutu, C. Z., Hafis, E., & Zainarti, Z. (2025). Ekonomi Kreatif dan UMKM Risol: Strategi Membangun Identitas Produk di Tengah Kompetisi Kuliner. *Nizamiyah: Jurnal Sains, Sosial dan Multidisiplin*, 1(4), 266-279.
- Helmyzan, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Sikap Dan Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Persepsi Nilai.
- Hidayat, R., & Firmansyah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian makanan cepat saji di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 45–56.
- Iqbal, I., Ansyari, M. I., Pratama, R., Haris, M., & Aminuddin, F. (2025). Strategi Pemasaran Inovatif Buttery Lapis Premium: PKM-KI Magister Ekonomi Syariah IAIN Pontianak Mengungkap Rahasia Sukses UMKM Halal. *Jurnal Inovasi Ekonomi Kreatif*, 6(4).
- Juniastuti, K. E., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Sido Muncul di Apotek Ina Farma. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(3), 799-809.
- Juran, J. M., & Godfrey, A. B. (Eds.). (1999). *Juran's quality handbook* (5th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Karnata, I. N. P., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian McDonald's Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Khairiyanov, K. R., & Sugiarto, A. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Usaha Seblak Dapuraos di Sumbawa. *Jurnal Nusa Manajemen*, 2(1), 19-39.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Mahadewi, M. M. S., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3).

- Manalu, C. L. N., Hasibuan, M. R. F., Tampubolon, N. C., & Lubis, P. K. D. (2024). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan Pada Donat Kentang Syifa Di Medan. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 724-731.
- Novitasari, N. K. T., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstick Maybelline. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Padmadewi, N. K. T., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Marina Hand and Body Lotion di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Setiawan, C., Hidayat, C., & Gantina, D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Tjampolay di Pusat OlehOleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 319-329.
- 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.
- Sudiarta, K. C. A. P., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Lingsir Bangli. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 393-402.
- Sudirjo, F., Irmayanti, I., & Mulyono, S. (2025). Pengaruh Pemasaran Pengalaman Storytelling Merek dan Keterlibatan Emosional terhadap Loyalitas Merek Studi Kasus Brand Fashion Lokal Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 4(01), 121-129.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Suharno. 2010. *Marketing in Practice. Edisi Pertama*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku konsumen*. Ghalia Indonesia.
- Suprpto, Y., Laulita, N. B., & Yosuky, D. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Harga, Nilai Yang Dirasakan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Merek Otomotif Internasional Yang Di Mediasi Oleh Persepsi Kualitas. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 14(1), 123-149.

Sutrisno, D., & Derriawan, D. (2022). Pengaruh Experiential Marketing, Food Quality, Servicescape Customer Satisfaction Restoran Ayam Tulang Lunak: Pengaruh Experiential Marketing, Food Quality, Servicescape Customer

