

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50. 179-211. 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Coffee di Resinda Park Mall Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 2024–2045.
- Asri, S. K., & Julisman, I. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Philips terhadap Minat Beli Konsumen pada Yogya Grand Majalengka. *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(3), 282–287. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i3.40>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers
- Coaker, Willie. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York: Independently published.
- Dewi, D. P., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas produk dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 178. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32275>
- 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>
- Engel., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. (2005). *Consumer Behavior*. Cincinnati: South-Western College Publishing
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik merek citra. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(1), 1–18.
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Fadhil, M., & Suarmanayasa, I. N. (2025). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepatu Adidas di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(1) 406-412. <https://doi.org/10.23887/bjm.v11i1.96181>

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5 ed.). Universitas Diponegoro.
- Fernandi, E. Farida, S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3).
- 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. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Kapferer, J. (2008). *The Strategic Brand Management*. London: Kogan Page.
- Kasman, Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2(9), 2274–2293.
- Kertajaya, Hermawan. (2007). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Komparasi Brand index*. *Komparasi Brand*. (n.d.). https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=10&id_subkategori=166
- Kotler, Phillip, and K. L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Rajawali.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management. Edisi 15*. Global Edition. Pearson
- 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.
- Lestari, Y., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Studi kasus pada pengguna

- produk wardah kosmetik di Kota Kendal). *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(2), 421–432. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i2.12734>
- Marta, I. A. T., & Nurtantiono, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.10280>
- Megasari, K. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). 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), 334–340.
- Nazara, I. H., & Yunita, M. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi Pada Konsumen Platform Tiktok Shop). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 146–159. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.813>
- Pramesti, E. A., & Wardhana, A. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Pepsodent di Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 615–627. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.556>
- 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>
- 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), 584–593. <https://doi.org/10.23887/bjm.v11i2.96574>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior*. Upper Saddle River.
- Setiadi, J Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Sinukaban, E. B., & Dewanti, M. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen pada Pengguna Marketplace Shopee. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 378–383.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: ANDI
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan

Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 32–39.
<https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>

Wardhana, A. (2024). *Minat Beli Konsumen*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Yulianingsih. (2018). Hubungan Antara Kualitas Produk dan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian pada PT. Hyundai Mobil Indonesia Cabang Serpong-Tangerang. *Jurnal Visionida*, 4, 23–37

