

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.
- Aaker, D. A. (2020). *Strategic Market Management* (11th ed.). Wiley.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2014). *Marketing: An Introduction (11th ed.)*. Pearson Education.
- Anam, D. (2021, Januari). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Merek Citra. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomo Syariah*, 4.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates
- Daga, R.D. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Makasar: *Global Research And Consulting Institute*.
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111.
- Edwin Zusrony, S. M. (2019). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. (S. M. Robby Andika Kusumajaya, Penyunt.) Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fadhil, M., & Suarmanayasa, I. N. (2025, April). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepatu Adidas di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 11(1), Universitas Pendidikan Ganesha.
- Fairliantina, L. D. (2022, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Membeli Di Kopi Kenangan Pasar Minggu. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(Arka Institute).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayah, U. D. (2022, Juli). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Jukim*, 1.
- Indrawati. (2015). *Metode penelitian manajemen dan bisnis: Konvergensi teknologi komunikasi dan informasi*. Bandung: Refika Aditama.

- Kariani, N., & Mayasari, N. M. D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sarana Upakara di Harta Vigatra. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata (JMPP)*.
- 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*.
- Keller, Kevin Lane. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." *Journal of Marketing*, vol. 57, no. 1, 1993, pp. 1–22. JSTOR
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Khoiri, M. D. (2022, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online *Time Universe Studio*. *Urnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Prinsip-prinsip *Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Marham, D. (2022, Maret). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme)*, 2.
- Miati, N. (2020). Strategi perusahaan dalam mempertahankan citra merek (*brand image*). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 115–123
- Miranda, D. (2023, Februari). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Makeover Pada Mahasiswa Itb Nobel Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1.
- Muhamad. N. (2025). 10 Merek Paket Kecantikan Terlaris di Indonesia. URL: <https://databoks.katadata.co.id/produkkonsumen/statistik/6850fc69594c7/10-merek-paket-kecantikan-terlaris-di-shopee-indonesia-kuartal-i-2025>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E- Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa

S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu).
Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen), 7(1), 43–53.

- Putri, L. D. R., & Selviana. (2023). Hubungan kualitas produk dan *brand image* dengan keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Jabodetabek. *Jurnal Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(1), 1–10.
- Rahayu, H. D. (2021, Agustus). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sain Manajemen*, 3.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). *Pearson Education*.
- Sintiah, L. S. A., & Moch. Khoirul Anwar. (2024). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada UMKM di Lapangan Brawijaya Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 125–139.
- Sterie, A. C., Mihaila, S., & Trandafir, A. (2019). *The impact of brand equity on consumer behavior in the Romanian smartphone market. Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 28(1), 635–642.
- Sudika, I. M. F. W. A., & Yulianthini, N. N. (2024). Pengaruh kemasan, persepsi harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Mixue pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Bisma: Jurnal Manajemen*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta Bandung.
- Suryani, N. L. P. E., & Rosalina, P. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Mahasaraswati*, 9(1), 45–52.
- Mariani, N. L., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek iPhone Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*
- Mavilinda, E. S., & Susanti, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *Tolak Angin* pada masa pandemi di Surakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.

- Universitas Pendidikan Ganesha. (2024). Rekap Keadaan Mahasiswa Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 – Universitas Pendidikan Ganesha. Diakses pada 29 Juni 2025, dari <https://akademik.undiksha.ac.id/rekap-keadaan-mahasiswa-semester-ganjil-tahun-akademik-2023-2024>
[universitas-pendidikan-ganesha/](https://akademik.undiksha.ac.id/rekap-keadaan-mahasiswa-semester-ganjil-tahun-akademik-2023-2024)
- Widiana, I. G. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Kintamani. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata (JMPP)*, 7(2), 24–34.
- 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*.
- Zeithaml, V. A. (1988). *Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence*. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.

