

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Putra, D., Eka Saputri, M., Studi Administrasi Bisnis, P., & dan Bisnis, K. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (Studi pada Stasiun Bandung) The Effect Of Marketing Mix On Decisions To Purchase Online Train Transport (Study at Bandung Station).
- Adjizah, A., Iskandar, K., & Yulianto, A. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Brebes. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 443–454. <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1045>
- Albar, K., Noviyanti, H., Dewi Puspita Sari, & Ainiyatuz Zakhroh. (2022). Pengaruh Iklan dan Brand Image MS. Glow terhadap Minat Beli Konsumen. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 4(01), 1–12. <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i01.60>
- Anwar Syaiful, & Mujito. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9, 192.
- Aprilia Anggraeny, F., & Menuk Srihandayani, C. (2022). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis-Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya). Dalam *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3).
- Asyari, A. H., & Zagladi, A. N. (2020). Analisis Segmen Pasar Produk Handphone Berbasis Android di Lingkungan Mahasiswa di Banjarmasin. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 9–15. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v4i1.73>
- Ayu Tantia Arafah, Kustopo Budiraharjo, & Siswanto Imam Santoso. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Merek Sunpride di Kota Semarang. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-ilmu Pertanian*, 41(2), 100–114. <https://doi.org/10.47728/ag.v41i2.432>
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Menara Ekonomi*, 9.
- Creswell, John. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed). SAGE Publications, Inc.

- Cristind, E., & Oematan, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Hotel Sotis Kupang dalam Menghadapi Tantangan pasca Pandemi Covid-19 (Vol. 4, Nomor 2). <https://journal.jis-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/download/1203/793>
- Daud, A. (t.t.). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.
- David A. Aaker. (2020). *Brand Portfolio Strategy* (2 ed.). Free Press (An Imprint of Simon & Schuster, Inc.).
- Evans, J. R., & William M. Lindsay. (2017). *Pengantar Six Sigma: An Advanced Improvement Method for Reducing Costs, Improving Quality, and Increasing Productivity*. Salemba Teknika.
- F Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian* (1 ed.). Andi.
- Fadillah, M. N., Harahap, D. A., & Moch. Malik Akbar Rohandi. (2023). Pengaruh Visual Appeal, Brand Image dan Product Quality terhadap Purchase Decision di Toko Prung Terraceswear Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.6818>
- Fitri Nur Hidayah. (2023). Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats.
- Fitriyah, & Lailatul Farida. (2022). Pengaruh Kelas Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Konsumen Pt. Matahari department store tbk malang (Vol. 12, Nomor 1). <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). Dimensi Brand Image untuk Memprediksi Brand Love dan.... *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4, 2.
- F.X Susanto. (2022). Manajemen Penguatan Pendidikan Karakter Dalam Mewujudkan Mutu Lulusan Siswa Di Sekolah Satuan Pendidikan Kerjasama. *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 315–322. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v5i4.379>
- Griffin Ricky W. (2021). *Fundamentals of Management* (10 ed.). Cengage Learning.
- H Mokoagouw, A. J., Mangantar, M., Ch Lintong, D. A., Juan Henry Mokoagouw, A., & Mangantar, M. (2023). *The Influence Of Brand Awareness And Perceived Quality On Purchasing Decisions In Using Grab Services (Case Study Of Feb Unsrat Manado Students)*. 290 *Jurnal EMBA*, 11(2), 290–300.
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di

- Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Heizer, Render, & Munson. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13 ed.). Pearson Education.
- Hidayatullah Muhammad, & Adam Rosida. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Mobil Granmax Pu Di Palu (Vol. 8, Nomor 3).
- Indra, Sutarno Sutarno, & Anggraini Dewi. (2022). Analisis Kualitas Produk Di Bisa Group (SUSHI TEI) Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 246–255. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.589>
- Iskandar, K., Yulianto, A., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhadi Setiabudi, U., Brebes, K., & Jawa Tengah, P. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Brebes.
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>
- James Prabowo Soetanto, Fanny Septina, & Timotius Febry. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5.
- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym Analysis Of The Influence Of Marketing Mix (4p) On Purchasing Decisions In Hardcore Gym. *1246 Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.
- Kano Noriaki. (2019). Attractive Quality and Must-Be Quality. *The Academy of Business and Retail Management (ABRM)*, 14, 12–21.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity: Vol. Vol. 4* (4th ed). Pearson Education Limited.
- Keller, K. L. (2020a). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5 ed.). Pearson Education.
- Keller, K. L. (2020b). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management: Vol. Vol. 15* (15th ed). Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (Eric Sayers, Ed.; 15th Global Edition, Vol. 1). Pearson Education Limited.
- Listiana, L., & Aida, N. (2021). Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi. *Pamator Journal*, 14(1), 72–78. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.10121>
- Lystia, C., Winasis, R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- M. Zalviwan S.E, M. M., & Petronela<sup>2</sup>. (2021). Analisis Kebijakan Pemasaran (7p) Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Utama Jaya Motor Siantan. *E-Journal Equilibrium Manajemen*, 7, 4.
- Mamonto, F., Tumbuan, W., Rogi, M., Windy Mamonto, F., JFA Tumbuan, W., Rogi, M. H., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2021). *Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era*. 9(2), 110–121.
- Marham, M., Abdurachman Saleh Situbondo Mohammad Yahya Arief, U., Abdurachman Saleh Situbondo Siti Soeliha, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cantika Panji Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 2(3), 543–560.
- Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). Manajemen Produksi Home Industry Keripik Galih Kurnia Usaha Desa Bubakan Kecamatan Tulakan Kabupaten Pacitan. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 105–120.
- Maryati, & M.Koiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11, 542.
- Meisy Widya Al Jannah, Putri Adriani Faradita, & Andhy Tri Adriyanto. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Solusi*, 21(2), 518. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6284>
- Muangsal, Muhammad Furqon, Andry Nurmansyah, & Fitriya. (2022). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada pasarmu.id Kota Cirebon. *Administrasi Bisnis*, Vol 8.
- Muhammad Iqbal Aji Pangestu, Pardiman, & Afi Rachmat Slamet. (2023). Pengaruh Product Attributes, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap

- Purchase Intention Helm Bogo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang). vol.12.
- Mullins, J. W., & Orville C. Walker. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach (8th Edition)*. McGraw-Hill.
- Mulyono. (2019). Analisis Uji Asumsi Klasik. *SCS Business Mathematics and Statistics, Management Dept., Binus Business School Undergraduate Program*.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Melanjutkan Studi Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jjom>,
- Nopi Nurlaila, Winda Nadya Nainggolan, & Nurlinda. (2021). PENGARUH Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *JAKP: Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan*, 4.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). *Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. Dalam Management Studies and Entrepreneurship Journal (Vol. 4, Nomor 1)*. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Nurmartiani, E. (2024). *The Price Impact and Service Quality for Consumer Purchasing Decisions at Indomaret Surya Sumantri 82. Indonesian Journal of Economic & Management Sciences*, 2(2), 339–356. <https://doi.org/10.55927/ijems.v2i2.9505>
- Nurmartiani Erika. (2024). Pengantar Perilaku Konsumen (1 ed.). Tristar Mandiri .
- Oscar, B. Sm. M., & Hilman Cahya Megantara. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. 10. [www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Peter, J. P., & Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Edisi 9)*. Salemba Empat.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4).  
<https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>

- Ragatirta Laurensius Panji, & Erna Tiningrum. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 7, 144. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Rahayu, N. A., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Image Pada Aplikasi Linkaja The Effect Of Customer Experience On Brand Image On Linkaja Applications. <https://www.ojk.go.id/>,
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). *The Influences Of Promotion Mix And Service Quality On Grabfood Purchasing Decision (Study Of Grabfood Service Users In The City Of Manado During The Covid-19 Pandemic)*. Dalam 1482 *Jurnal EMBA* (Vol. 9, Nomor 3).
- Runtulalo, E. R., J Ogi, I. W., Ch Raintung, M., Ruth Runtulalo, E., J Ogi, I. W., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh *Experiential Marketing Dan Advertising Terhadap Brand Image* (Studi Kasus Pada Cafe Wawi Kadio Tonsewer Di Kabupaten Minahasa) *The Influence Of Experiential Marketing And Advertising On Brand Image (Study Of Cafe Wawi Kadio Tonsewer )*. *Jurnal EMBA*, 11(3), 609–620.
- Safitri, A., & Hanifa, F. H. (2021). Tinjauan Aktivitas *Marketing Mix* Pijar Sekolah PT.Telkom Indonesia (Witel Bandung) Tahun 2021.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education, Inc.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior* (12 ed.). Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12 ed., Vol. 1). Pearson Education, Inc.
- Shahram Gilaninia. (2012). The investigation and analysis impact of brand image in Iran. *African Journal Of Business Management*, 6(25).  
<https://doi.org/10.5897/ajbm11.1294>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2017a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan ke-25). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-25). Alfabeta.
- Syahputra Rifaldi Dwi, & Aslami Nuri. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Tjiptono. (2019). *Pemasaran Jasa* (2 ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi.
- Tritama, A., & Syarief, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia, Jakarta. Dalam *Korelasi Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Vol. 2).
- U Sumarwan. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (3 ed.). Ghalia Indonesia.
- Upshaw, D., & Amyx, D. (2019). *The Nature of Exclusivity*. <https://www.researchgate.net/publication/333223304>
- Wahyuni, Putri Ayu, Kasno Kasno, & Ainun Jariah. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Arafa Hijab. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management* 6.2, 445–454.
- Widya, M., Jannah, A., Putri, ) ;, Faradita, A., Andhy, ) ;, & Adriyanto, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2).
- Yudi Irawan Abi. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk Bni Syariah Medan. Dalam *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* (Vol. 1). [www.ibtimes.id](http://www.ibtimes.id)