

DAFTAR PUSTAKA

Daftar buku :

- Amruddin, Nugroho, H., Sulaiman, S., Iljasmandi, Wahyuni, N., & Fata, N. (2022). *PENGANTAR MANAJEMEN (KONSEP DAN PENDEKATAN TEORITIS)*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Amruddin, Priyanda, R., Austina, S. T., Arianti, N. S., Rusmayani, A. L., Aslindar, A. D., Ningsih, P. K., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. 235. Jawa Tengah: PRADINA PUSTAKA
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Tangerang: DEEPUBLISH
- Fakhrudin, A., Roellyanti M, V., & Awan. (2022). *BAURAN PEMASARAN*. Yogyakarta: DEEPUBLISH
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, Widarman, A., Verawaty, Hasniaty, & Risakotta, T. K. (2023). Produk Dan Merek. In. Padang: *PT Global Eksekutif Teknologi*.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate 25 (Sembilan). In *Semarang: Universitas Diponegoro* (p. 490).
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A. F., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif ISBN: 978-623-7066-33-0. Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Group.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam*

Kepuasan. Cirebon: Insania.

Indra, C., Putra, W., Nursal, M. F., Iye, R., & Widyawaty, E. D. (2022). *PERILAKU KONSUMEN*. Malang: Rena Cipta Mandiri.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.

kotler, philip, & Keller, kevin lane. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. 476. Yogyakarta: Andi.

Krisnandi, H., Efendi, S., Sugiono, E., & Melati. (2019). *Panduan Menguasai Ilmu Manajemen*. Jakarta: LPU UNAS.

Maskan, M. (2019). *PENGANTAR MANAJEMEN*. Malang: POLINEMA PRESS, Politeknik Negeri Malang.

Meliantari, D. (2023). *PRODUK DAN MEREK*. Banjaran: EUREKA MEDIA AKSARA.

Mulyani, R. S. (2021). *METODELOGI PENELITIAN*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

Prof. Dr. Wibowo, S.E., M. P. (2019). *MANAJEMEN DARI FUNGSI DASAR KE INOVASI*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*. Bojong Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.

Rahmawati. (2022). *APA SAJA VARIABEL PENELITIAN dalam BIDANG*

MARKETING. Samarinda: PENERBIT DEEPUBLISH

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021).

MANAJEMEN PEMASARAN. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).

Sholikah. (2021). *Manajemen pemasaran: saat ini dan masa depan* (K. E.

Sudarmanto Eko (ed.); 2021st ed.). Cirebon: Penerbit Insania.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A.

P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C.,

Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Trust Dan Brand Attitude. In *Brand*

Marketing: the Art of Branding. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.

Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suhartini. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan Jasa*. 58–74. Jakarta: Pres

Worontika.

Suharyat, Y., Ghaybiyyah, F., Andary, W. R., Firmialy, S. D., Saloom, G.,

Mawardi, Indriani, A. p d, Purnamasari, D. E., Siregar, H. Z., Mulyono, T. T.,

Sukawana, I. W., Putra, S. I., & I Ketut, S. N. (2023). *METODOLOGI*

PENELITIAN (KUANTITATIF DAN KUALITATIF). 228. Jakarta: Pres

Worontika.

Surjono, W., Jusuf, E., & Suryana, P. (2023). Strategi Untuk Meraih Kepuasan dan

Loyalitas Pelanggan (R. Rudolf, Ed). Bandung: Lekkass.

Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan

Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*. Yogyakarta: Cv.Istana Agency.

Zulfikar, R., sari P, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, B, O., Mutiah, R., Linggi, I. A., & Fadillah, H. (2024). *METODE PENELITIAN*. 192. Bandung: Widina Media Utama.

Daftar jurnal :

Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.

Ardiatama, E., & Buadiarti, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 862–867. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1602>

Budi, F. S., & Khuzaini. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER (PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 1–15.

Dana, I. G. & N. M. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(3), 396–402.

Dewi, B. S. A., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Kosmetik Emina (Studi Kasus pada Mahasiswa di Kota Mataram). *Kompeten*, 1(1), 45–53.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan konsumen. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Erry Adnyani, N. N. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian di UD.Bumi Pertiwi. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 9(1), 50–61.
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v9i1.5738>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nadiya, F. H., & 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). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Niluh Kurnia Dewi Pratami, N. D., Triansari, N. T., & Rahutama Atidira, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31.
<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187>
- Priantono., T. S., & Soekotjo., H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(4),

1–18.

Putri, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever di Banda Aceh*.

Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>

Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>

Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Setiamy, A. A., & Deliani, E. (2019). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 2, 5–10.

Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*,

42–53.

Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>

Shafira, D. T., Nasution, H. P., & Haro, J. (2021). Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering*, 525–532.

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.

Surjono, Welly. (2024). Factors Influencing Online Shopping Decisions in the Fashion Industry. *International Journal of Management Science And Infomation Technology*, 4(2), 297-311.