

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K. N., Islamiah, M. H., Mandey, N. H. J., Leni, P., Nabila, R., & Dwita, V. (2020). Manajemen Pemasaran & Perilaku konsumen. Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi. In GCAINDO (Ed.), *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen* (p. 165). Diandra Kreatif.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif* Penerbit CV. Eureka Media Aksara (M. Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen* (Melati S.E (ed.)). LPU-UNAS.
- Lumingkewas, E. (2023). Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi). In B. F. Supit (Ed.), *Konsep Dasar Manajemen (Ilmu dan Seni Mengatur Organisasi)* (p. 75). Tahta Media Group.
- Meliantari, D. (2023). Produk Dan Merek. In *Produk Dan Merek (Suatu Pengantar)* (pp. 1–218). Eureka Media Aksara.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (A. Muhaimin (ed.)). Media Edu Pustaka.
- Rachmad, Y., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, I., Risdwiyanto, A., Munizu, M., Manaf, P., & Syamil, A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Studi Kasus)*.

- Sina, I. (2022). Metodologi Penelitian. In A. T. Putranto (Ed.), *Metodologi Penelitian* (pp. 1–27). WIDINA BAKTI PERSADA BANDUNG.
- Wardhana, C. A. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. In A. Sudirman S.E M.M (Ed.), *Brand Marketing: the Art of Branding* (Issue January, pp. 111–114). CV. Media Sains Indonesia.
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen* (Y. Sutarso (ed.)). CV. Pena Persada.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif* (2022). Bandung: ALFABETA
- Annisawati, A. A., & Sitorus, M. C. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Di PT Perusahaan Perdagangan Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(2), 1–10.
- Eldiansyah, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Innova Zenix (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bandar Lampung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2), 130–138.
- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2321–2327.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1), 8–16.
- 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.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA*, 1(2), 71–83.

Muhammad Alwi, Abdul Hamid, & Shelly Midesia. (2023). Analisis Perbandingan Prilaku Konsumen Dan Minat Berbelanja Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(April), 39–62. <https://doi.org/10.32505/jim.v5i1.4858>

Partiwi, A., & Ariani, E. (2021). Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 78–89.

Putri, N. L. I., & Hakim, I. (2023). New Consumer Landscape: Sebuah Riset Perilaku Konsumen menuju Society 5.0. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 347–355.

Putri, S. A., & Tamami, N. D. B. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Frozen Food di UD Mitra Abadi Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan. *AGRISCIENCE*, 2(1), 239–254.

Rahmati, S., Abadi, S., & Wijaya, I. P. E. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Bandeng C73 Karawang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(1), 337–359.

Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. di. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Prosiding Konferensi*

Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA), 1(1), 1–11.

<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>

Saputra, A. L., & Aprilia, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.56916/jimab.v2i1.344>

Sinaga, G. B. U. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kesesuaian Diri Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Baju Merek Lokal. *Neraca Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 64–77.

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 63–71.

Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.