

DAFTAR PUSTAKA

- Andini. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal di Kalangan Mahasiswa. *Pemasaran Kompetitif*, 8(1), 66–74.
- Assauri, & Sofjan. (2022). *Manajemen Produksi dan Operasi*. 45.
- Astuti, Ardila, & Lubis. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse*. 204–219.
- Cahaya, Y. F., Narwastu, C. I., & Winarti, E. (2023). Keputusan Pembelian Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial. In *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Darmiono, D. (2025). *Pengantar Ilmu Manajemen* (pp. 1–22).
- Deni, N., Wijayanto, G., & Nursanti, A. (2024). Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli Produk Mie Instan Lemonilo yang Dimediasi oleh Sikap di Kota Pekanbaru. 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.57235/jambuaair.v3i1.1323>
- Fauziah. (2020). Analisis Statistik untuk Penelitian Ekonomi dan Sosial. Yogyakarta: Graha Ilmu, 85.
- Fernando, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk The Body Shop*.
- Firmansyah. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. 18.
- Firmansyah, A. (2020). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics*.
- Gradini, E. (2023). *Buku Teori Statistik Pendidikan*. April, 107.
- Hafni, S. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada*

tanggal 27 Januari 2022.

- Hamdani. (2025). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hasanah, N., & Fatmawati, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 41–48. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.107>
- Hays, W. (1978). *Statistics For The Social Sciences*.
- Indrasari. (2020). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasinya dalam Pemasaran*.
- Irfan, & Manurung. (2023). *Memahami Analisis Regresi Linier Berganda*
- Kotler, & Armstong. (2010). *Prinsip Marketing*.
- Kotler, & Keller. (2020). *Marketing Manajemen*.
- Kutsi, M. Al. (2025). *Manajemen Terpadu: SDM, Strategi, dan Keuangan untuk Keberlanjutan Bisnis*.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Maulidio, & Dwiastanti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*,.
- Meilinda. (2022). Pengukuran Kualitas Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Belanja Online Alfagift Menggunakan Iso 9126.
- Mustafa, & Gusdiyanto. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga. *Insight Media*.
- Nugraha, I. A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Zara.
- Nugroho. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan. *Konsumen Dan Bisnis*, 6(2), 77–85.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis.

Pipit, M., Dyah, A., Sukma, N., Tommy, H., Setiana, W. S., & Tryana. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sekolah Menengah Teknologi Industri Tanjungkarang. *Journal GEEJ*, 7(2).

Prasetyo, W. (2021).). *Peran Citra Merek dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Industri Makanan dan Minuman. Jurnal Manajemen Pemasaran*. 10–15.

Putri, & Santoso. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris pada Produk Makanan*. 120–130.

Rachmawati, & Laily. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo di Surabaya)*.

Rizki, N. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Kota Banda Aceh (Studi di Kecamatan Syiah Kuala)*.

Sa'diyah, M., & Arifin, M. (2020). "Investasi Qiradh Dalam Fiqih dan Perbankan Syariah."

Sangadjy, & Sopiah. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Sembiring. (2020). *Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.

Setyawati. (2024). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *Jakarta: Penerbit Ekonomi Nusantara*.

Sidharta, G. (2022). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.

Sintia, Pasarella, & Nohe. (2022). Perbandingan Tingkat Konsistensi Uji Distribusi Normalitas Pada Kasus Tingkat Pengangguran Di Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Matematika Dan Statistika*, 2. <https://jurnal.fmipa.unmul.ac.id/index.php/SNMSA/article/view/844>

Siswanto, B. (2023). *Pengantar Manajemen*. 16.

Stanton. (2020). Strategi Marketing Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Pustaka Elnior*, 46.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Alfabeta*

(Vol.11,Issue1).

Sujarweni. (2020). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*.

Tjokrosaputro, M., Lorents, K., & Angelica, C. (2023). *Upaya Pengenalan Manajemen Pemasaran Pada Siswa Binaan Asak Sathora*. 1(1), 568–574. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.24323>

Ummah, M. S. (2020). Citra Merek dan Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

Wicaksono, A. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang)*. 1–9.

Widiana, M. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. [http://eprints.ubhara.ac.id/1291/1/E-Book Pengantar Manajemen](http://eprints.ubhara.ac.id/1291/1/E-Book%20Pengantar%20Manajemen).

Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*.

Yana, M. A. (2023). Manajemen Pemasaran Pendidikan Konteks Perguruan Tinggi. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 380–385. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.286>

Zulfikar, M., Wijaya, R., & Andharani, S. N. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Purchase Decision of Aqua Drinking Water Product in Malang City. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 3(4), 356–363. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i4.2931>