

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Aditya Wardhana. (2024a). Brand Management in the Digital Era. In *Digital Transformation Initiatives for Agile Marketing*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4466-8.ch015>
- Aditya Wardhana. (2024b). Consumer Behavior in the Digital Era 4.0. In *Iaa Journal of Art and Humanities* (Vol. 12, Number 1). <https://doi.org/10.59298/iaajah/2025/1217783>
- Agustina, E. S., Paharuddin, Dewi, D. S., Lidyah, R., Ridwan, A. M., Munadiyan, A. El, & Ida Ayu Eka Padmiari. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Amalia, S. R., Relifra, Muniroh, & Erni Puji Astutik. (2024). Manajemen Pemasaran Bisnis. In *Corporate Sustainability-A New Paradigm* (Number 3).
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., & Ningsih, K. P. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Anne Lasminingrat. (2025). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran 1* (Vol. 2).
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Hays, W. L. (1969). *Quantification in psychology*. https://gsl.lbsnaa.gov.in/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=28938&shelfbrowse_itemnumber=28938#holdings
- Iba, Z., & Aditya Wardhana. (2023). Metode Penelitian. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5, Number 2).
- Iba, Z., & Aditya Wardhana. (2024). *Analisis Regresi dan Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0* (Vol. 2).
- Imam Ghozali. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. In *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Ita Musfirowati Hanika. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).

- Lena, S. V. V., Romli, N. A., Tingga, C. P., & Maria Apsari Sugiat. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya*.
- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek (Suatu Pengantar)* Penerbit.
- Mersa, N. A., Hasiara, L. O., & Zulfikar. (2024). Pengantar Manajemen 1 A3. In *Repository.Ubharajaya.Ac.Id*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/7031/1/Kelas1A03.pdf>
- Muh.Nasrullah, Remmang, H., & Chahyono. (2022). *Manajemen Pemasaran Iklan Media Sosial & Brand Image Di Era Digitalisasi*.
- Muliyati, Fadli, Z., Austin, T., & Kmt Lasmiatun. (2023). *DASAR-DASAR MANAJEMEN PUBLIK*.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Pratiwi, R., Hasan, Purnomo, M., & Muhammad Ricza Irhamni. (2026). Buku Ajar Metode Penelitian. In *Buku Ajar Metode Penelitian Manajemen*. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-048-9>
- Pujianto, A., Mulyati, A., Vikaliana, R., & Fika, R. (2022). *Ragam Penelitian dengan SPSS*.
- Ridlwani, M., & Asrori. (2024). *Pengantar Manajemen Pendidikan*.
- Saragih, R. br, Kohar, A., Dahlia, E., Basyirah, & Santoso, E. E. (2024). Digital Marketing Era Revolusi Industri 4.0. In *Digital Marketing Era Revolusi Industri 4.0*.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., & Seprianti Eka Putri. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. 1(2020), 167–186.
- Suarsa, S. H., Bibiana, R. P., Supriyanto, A., & Tia Setiani. (2025). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sundari, E., & Imam Hanafi. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, S., & Mulyana, M. (2022). *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*.
- Sunyoto, D., & Agus Mulyono. (2024). *Manajemen Pemasaran & Pelayanan Konsumen* (Vol. 2).
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian*.

Wahyudin, Y., Kushariyadi, Hidayati, U., & Nida Nurlivi. (2024). *Buku Ajar Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.

Wardhana, A., Purboyo, Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., & Sangadji, S. S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktik)*. 1(2020), 167–186.

Widodo, A. S. (2025). *Bauran Pemasarn*.

Widodo, S. (2023). *Manajemen Strategik : Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. NEM, 2023.

https://books.google.co.id/books/about/MANAJEMEN_STRATEGIK.html?i_d=pFXEEAAAQBAJ&redir_esc=y

Zusrony, E. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Yayasan Prima Agus Teknik.

https://fliphtml5.com/vddau/rsna/Perilaku_Konsumen_di_Era_Modern_-_Edwin_Zusrony/?utm_source=chatgpt.com

Sumber Jurnal

Al Adawiyah, R., & Rahardjo, B. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Mirai'E Cafe&Resto). *Budi Rahardjo Manager*, 5(3), 270–275. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>

Anissa, R., & Yulianto, A. E. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Private Label Pada Minimarket Indomaret*. 11 no 9. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4883>

Asthika, I. K. A. W., & M. P. Ariasih. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Gran Max Di Astra Daihatsu

- Singaraja. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1), 451–461.
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.392>
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Bali, A. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management And Business Progress*, 2(2), 124–131.
<https://doi.org/10.70021/mbp.v2i2.122>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Rohani Fitriyani. (2022). Management Dan Team Work Terhadap Kinerja Pegawai Rektorat Universitas Negeri Padang Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2716–3768.
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., & Muhammad Awal Satrio Nugroho. (2023). *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen*.
- Dede Solihin, Maddinsyah, A., & Kusjono, G. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota Cinere Depok. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14(1), 98–109.
<https://doi.org/10.35968/m-pu.v14i1.1190>
- 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.
<https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

F, F. K., Wisnusakti, K., Mayasari, E., & Ronald. (2024). *nerapan*) (Vol. 2).

Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12.
<https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>

Hakim, L., & Azahari, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564.
<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/article/view/3779/pdf>

Islami, C. D., & Santo, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Onlineshop. *Solusi*, 22(2), 215–226. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i2.9027>

Kutrami, N. P. A. (2024). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Azarine. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4.
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5984%0Ahttps://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5984/6036>

Nita Rosita, & Tahmat. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tjie di Supermarket Borma Yogyakarta. *Journal Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik*, 3, 61–73.

- Nurhaeda, Latief, F., & Miranda, A. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Makeover pada mahasiswa ITB Nobel Indonesia – Utusan Pembelian Produk Inconnet (studi kasus perumahan Sidomulyo, Pekanbaru). *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2024). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jingglong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 294–304.
- Octaviani, T., Hanifah, A., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jamu Tolak Angin di Toko Umi Dukuh Tengah. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 4(1), 68–80.
- S, W. B. A., Hinggo, H. T., & Fitri Ayu Nofirda. (2023). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Yongki Komaladi di Pekanbaru*. 2(1), 401–414.
- Puspita, H. J., & Malik, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian: Systematic Review. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 408–416. <https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.371>
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>

- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Valerie Rahmawati, & Beny Witjaksono. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 64–79. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.407>
- Wulandari, A., & Heru Mulyanto. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. PT Kimshafi Alung Cipta. https://fliphtml5.com/gakmh/iytb/Keputusan_Pembelian_Konsumen/?utm_source=chatgpt.com
- Yatimah, D., Madhakomala, R., Sari, E., & Adman. (2024). Manajemen Sumber Daya Pendidikan. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 6(2), 625–637. <https://doi.org/10.58401/salimiya.v6i2.2175>
- Zed, E. Z., Indriani, S., & Wati, S. F. (2025). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era E-Commerce. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 123–135. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i1.2966>