

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, H., & Efendi. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image terhadap Re-visit Intention Rumah Sakit Pondok Indah yang di Mediasi oleh Service Quality. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 53(9), 1689–1699.
- Afwan, T., & Santosa, B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Agustin, S., & Dinelly, and H. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Citra Merek (Brand Image) Tahu Susu Lembang (The Big Price Cut Group), Kabupaten Bandung Barat. Diss. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung. *Psikologi Perkembangan, October 2013*, 1–224.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, no. 2, pp. 179-211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416>
- Anagari, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE MALANGKUÇEÇWARA). *Manajamen Pemasaran*, 2000, 7–28. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Ashari, P. A., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Makasar. *Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18–32.
- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Asnawi, A. (2022). Sikap dan Persepsi Mahasiswa di Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 250–258.
- Ayuniah, P. (2017). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal IEkonomi Bisnis*, 22(3), 208–219.
- Fathorrahman. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk NK Café Malang*. 15(2), 215–229.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Ghazali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.

Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). *A Literature Review on The Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision*. 64, 538–545. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.34>
- Ikhwan Septiawan, Nebil Maulid Suhe, & Riris Roisah. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Domino'S Pizza. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 106–113. google scholar
- Imaningsih, E. S. (2018). The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 260–271. <https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>
- Ketut, R. P., Yenny, V., Ni, P., & Gede, L. (2022). *RJOAS*, 12(132), December 2022. 12(December), 20–25. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2022-12.03>
- Kojongian, F. G., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline. *Productivity*, 3(6), e-ISSN. 2723-0112. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2338>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.
- Leksono, R. B., & Herwin. (2017). Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381–390.
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of Product Quality, Price, and Promotion to Purchase Decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9–22. <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v1i1.2>
- Mahyarni, M. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(P-ISSN 2550-0805 | E-ISSN 2550-0791). <http://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/article/view/26%0Ahttps://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/article/download/26/23>
- Natalia, R. (2021). Meningkatkan Brand Image BSI KC Kediri.. *Doctoral Dissetation, IAIN Ponorogo*.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Purnamasari, S., & Murwatningsih, M. (2015). Brand Image sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya

- Meneer di Semarang Timur. *Management Analysis Journal*, 4(3), 265–272.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ribek, P. K., Verawati, Y., Purnawati, N. L. G. P., Putri, I. G. A. D. P., & Kurniawan, A. D. (2023). The Effect of Product Quality, Promotion and Electronic Word of Mouth System on Purchase Decisions on the Robusta Coffee Industry in Bali. *Review of Economics and Finance*, 21, 709–716. <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.75>
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Santoso, S., Pradiani, T., & Fathorrahman, F. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Personal Selling terhadap Keputusan Konsumen Membeli Motor Honda pada PT. Cahaya Unggul Nusantara Cabang Madiun. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 176–193. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i2.1384>
- Saragih, J. L. (2015). Pengaruh Pencitraan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 1(1), 58–72. <https://doi.org/10.54367/jrak.v1i1.160>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Simanjuntak, E. S. M., & Ardani, I. G. K. S. (2018). Peran Brand Image Mediasi Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Uber Taksi di Denpasar. *E Jurnal Manajemen Unud*, 7(2), 874–904.
- Situmorang, I., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 72–86. <http://dx.doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Sugiyono, (2017), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Supardin, L., Tamansiswa, U. S., Behavior, C., & Bisnis, D. (2022). The Role of Brand Image as a Mediation of The Effect of Advertising and Sales Promotion on Customer Purchase Decision. *Journal of Economics and Sustainable Development*, August. <https://doi.org/10.7176/jesd/13-8-09>
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342–351. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>

- Wulandari, A. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Pembelian Hand Sanitizer saat Wabah Covid-19 di Kampung Inggris Pare Kediri. Skripsi.
- Y. Wati, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Karyawan dan Komplain Penumpang Terhadap Kinerja Karyawan Maskapai Wings Air di Bandara Sultan Muhammad Salahuddin Bima*.
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.