

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.
- Anggraeni, R. F., & Aminah, S. (2024). Pengaruh E-WOM Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Revlon Di Kabupaten Jombang. Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1861-1869.
- Albar, D. N., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736.
- Almira, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maison Nob. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 3(2), 250-259.
- Arianto, N., & Octavia, B., D., A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44.
- Basaruddin, B., & Parhusip, AA. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Bintang Realty Multiland. *Jurnal Manajemen Kreatif*, 1(1), 201-211.

- Brestilliani, L., & Suhermin. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19.
- Dinah, F. M., & Pangestuti., E. (2019). Pengaruh Terpaan Buzz Marketing dan Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Pada Produk Nature Republic (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan (2015-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73(2).
- Durianto, A., & Budiman, L. J. (2004). *Brnd Equity Ten: Strategi*
- Dewi, N. P. S., & Suartina, I. W. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *Management Analysis*, 5, 281-288.
- Dhewanto, W., dkk (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta
- Dzulkharnain, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(2), 69–80.
- Dzulkharmain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IqtishaDequity*, 1(2)
- Erviana, D., & Ekowati, S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(2), 571-584.
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. Anang (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 10(4), 224–232.
- Graciola, A. P., De Toni, D., Milan, G. S., & Eberle, L.(2020). Mediatedmoderated effects: *High and low store image, brand awareness, perceived value from mini and supermarkets retail stores*. *Journal of Retailing and Customer Services*, 55.

- Hasbullah. (2021) “Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)”. *Jurnal TECHNOBIZ*. 4(2).
- Hasbullah, H., & Munchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Ms Glow. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
- Hayati, I., & Handika, W. (2021). The Influence Of Brand Awareness On Purchasing Decisions Of 212 Sharia Cooperative Members. *International Journal of Islamic and Social Sciences*, 1(3), 83–88.
- Hulima, J. S., Soepono, D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 1-18.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya Press.
- Irfanudin, A., M., Andalusi., R., & Jamil., I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pristine 8+ pada PT. Super Wahana Tehno. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 3(3).
- Janamarta, A. I. (2019). Pengaruh *Brand Name, Perceived Quality*, Harga Terhadap keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Super, Studi Kausalitas Pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Juliwaty, W., Willy, F., Dan Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43-56
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13-21.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen*, 15th Edition., Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G., (2013) *Marketing* (G. Silva (Ed.); 9 Th). National Library Of Australia.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1&2. Jakarta: PT. Indeks.
- Krisnawati, Devi (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Aqua. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisna Dwaipayana*. 4(1).
- Maino, Sepang, & Roring. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery and Coffe. 10(1), 184-190.
- Maharani, Susana. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 10-21.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(3), 227-238
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490.
- Maryati & M. Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Unverse 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.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.
- Nabilla Shafira, P. (2020). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Consumer Puchase Intention Produk Caladine Di Kota Bogor. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 15(2), 9-25.

- Nggilu, M., Tumbel, A., Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Sistem Informasi Manajemen*, 2(4), 516-524.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Baru Es Teh Indonesia Di Bandar Lampung). *Technobiz Internasional Journal Of Business*, 4(2), 62-69.
- Pradana, Umma, Nindita, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Prihatiningsih, C. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Fashion Rabbani Pemalang. 1–154.
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649.
- Ramadhan, M. A. S., & Halik, A. (2024). Pengaruh Desain Produk, Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Kabupaten Sidoarjo. *Musyari. Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(8), 1-10.
- Ramayanti F. (2019). Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*. 6(2): 78-83.
- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 620.
- Rogers, M. Everett. (2003). *Diffusion of Innovation 5th Edition*. Free Press, New York
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal On Education*, 5(3), 8126-8137.

- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 878-886.
- Sanjani, I. G. A. A. M., & Putra, I. P. D. S. (2021). Pengaruh Kompetensi, Partisipan Manajemen dan Dukungan Top Management terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi pada Koperasi di Desa Mengwi. *Akuntansi dan Keuangan Universitas Hindu Indonesia*, 366–387.
- Sanjiwani, N.M.D., & Suasana, I. Gst. A.Kt.Gd (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.
- Sari, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Calva Di Makassar. *Journal Of Business Administration*. 1(1), 37-48.
- Siregar, Sofyan. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Septiani, F., & Robianto. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(1).
- Septiani, I., Udayana., I., & Hatmanti, L., T. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1).
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).
- Silaban, S. E., Elisabeth, E., & Sagala, R. (2019). Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Simpang Mataram Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 5(2), 209–228.

- Sugiarti, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bawang Goreng Pada Produk Iku Bawang (Studi Kasus Pada Konsumen Bawang Goreng Produk Iku Bawang Di Jl. Puri Ayu Pratama 1 No 10 Arcamanik Bandung). 5(3), 248–253
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/RND)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto, (2011). *“Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS. CV. ANDI OFFSET”*. Yogyakarta
- Sulistiyono, Rina & Bajari. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan E-commerce Terhadap Produk Olahan Ayam “Chicken Balut Sosue.” 5 no. 1, 43-48.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(1), 17–28.
- Sterie, W. G. Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7*(3).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Costumer Behaviour*. New jersey: Eight Edition. Prentice Hall.
- Srihadi, R. H., & Pradana, A. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist the Body Shop Bandung the Influence of Brand Image on Purchasing Decisions in Body. *EProceedings of Management, 8*(4), 3406–3412.
- Sriningsih, N. W., & Patrikha, F. D. (2020). Strategi Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Moderasi Kepercayaan Di Marketplace Shoppe. *Tata Niaga (JPTN), 6*(3), 3-6
- Swasta dan Irawan. (2015). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang.

- Tianing, Vita, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kelompok Tani. *Journal of Administrative Science*, 3, 58–74.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279-2291.
- Viani, G. A. I., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC di Kota Denpasar Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMAS*, 3, 35–43.
- Wahyudi, S. (2012). *Enterpreneurial Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widiyanto (2008). *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. (Sarwiji, Ed.) Jakarta: indeks-penerbit.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573-1582.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388.
- Wulandari. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe di Kota Bengkulu. 2 no. 1, 74-86.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNISMUH*, 5, 279-287.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Management & Business*, 5(1), 559–573.

Yulianti. A., Ali Mujahidin., & Dwi Erna (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Azkia Scarf Bojonegoro. 99–106.

Zahara, R., & Sembiring, N. (2020). Effect On The Promotion And Price On Decision To Purchase Of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 1(2).