

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah W., Hartono J. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Abdillah., W Dan Jogiyanto.2009. Partial Least Square (PLS)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). Princípios de marketing. Bookman Editora.
- Keller, K. L., & Cherney, A. (2024). Administração de marketing. Bookman Editora.
- Abdullah (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswajapresindo
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks
- Mukhlis, M., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk yang Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur, 1(01), 82-99.
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (Studi pada Kopi Kenangan cabang Manukan, Surabaya). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 12(4).
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. Journal of Current Research in Business and Economics, 1(2), 36-44.
- Muharom, M., Yulia, I. A., & Mulia, A. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Daihatsu Gran Max dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal EMT KITA, 8(2), 558-569.

- Rosmaniar, A., Mauliddah, N., & Prahesti, D. H. (2022). Apakah brand image memediasi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hijab merk lokal. *Inovasi: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, 18(3), 622-632.
- Dewi, A. S., & Elwisam, E. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk proyektor Epson di Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 17(1), 39-51.
- Fadlilah, A. A. N., & Muanas, A. (2025). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2), 583-597.
- Muhtarom, A., Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Umkm Toko Distributor Produk Skincare Kfskin Babat Lamongan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36-47.
- Peran Brand Image Dalam Mediasi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan PIRmasari, D. G., & Umam, M. R. K. (2025). Peran Brand Image Dalam Mediasi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Matahari. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1-14.
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (Studi pada Kopi Kenangan cabang Manukan, Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).
- Liyono, A. (2022). Pengaruh brand image, electronic word of mouth (E-WOM) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73-91.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk keperluan usaha waralaba.
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6).

- Rajasa, E. Z., Manap, A., Ardana, P. D. H., Yusuf, M., & Harizahayu, H. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 451-455.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Garson, G.D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. America Serikat: Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., ... & Ray, S. (2021). *An Introduction To Structural Equation Modeling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*, 1-29
- Hair Jr, JF, Matthews, LM, Matthews, RL, & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM Atau CB-SEM: Pedoman Terbaru Tentang Metode Mana Yang Akan Digunakan. *Jurnal Internasional Analisis Data Multivariat* , 1 (2), 107-123
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- , Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *Pengantar Tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). *Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square*. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 118–132.
- Jogiyanto. 2011. *Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

- Lachowicz, MJ, Preacher, KJ, & Kelley, K. (2018). Ukuran Baru Ukuran Efek Untuk Analisis Mediasi. *Metode Psikologis*, 23 (2), 244–261.
- Ratnasari, N. W. (2017) Dan Abdillah (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Software Akuntansi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 6(1)
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in Islamic banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), 2158244020919517.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18, 39-50.
- Fujawati, E., Susnita, T. A., & Ratnasari, N. (2024). Strategi Harga dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Industri Roti. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 3(1), 11-21.
- Garson, G.D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. America Serikat: Statistical Publishing Associates.
- Ghozali, I., & Laten, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program Smart-PLS 3.0*.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Amerika Serikat: Pearson Education Limited.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.C., & Anderson, R.E. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Amerika Serikat: Cengage Learning, EMEA.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sartsdedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS –SEM) Second Editio*. Amerika Serikat: SAGE Publications.

- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, CM (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*. 31 (1), 2-24.
- Muhtarom, A., Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli Pada Umkm Toko Distributor Produk Skincare Kfskin Babat Lamongan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36-47.
- Peran Brand Image Dalam Mediasi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pirmasari, D. G., & Umam, M. R. K. (2025). Peran Brand Image Dalam Mediasi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Matahari. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1-14.
- Putri, A. R., Rachma, N., & Sholehuddin, S. (2024). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek Produk Halal Skincare Somethinc (Studi pada Mahasiswi FEB Universitas Islam Malang Tahun 2020). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 543-552.
- Salimah, S. A., & Suwitho, S. (2024). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI CITRA MEREK (STUDI KASUS PRODUK TOS TOS TORTILLA CHIPS). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(11).
- Achmad, N., Zhari, M. N. S., Kussudyarsana, K., & Sholahudin, M. (2021, December). The Influence of Brand Ambassador & Eletronic Word of Mouth (e-WOM) on Consumer Buying Interest in Lazada Marketplace With Brand Image as a Mediator. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 7-15).
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille di Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).

- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Juran, J. M. (1992). *Total Quality Management: A Practical Guide*. Connecticut: Juran Institute, inc.
- Kono, S., & Sato, M. (2023). The potentials of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in leisure research. *Journal of Leisure Research*, 54(3), 309-329.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen* (14 ed.). New Jersey: Pearson
- Laksana, Fajar. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sukendia, J., Harianto, N., Wansaga, S., & Gunadi, W. (2021). The impact of e-service quality on customer engagement, customer experience and customer loyalty in B2C e-commerce. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3170-3184.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 4 (IV; Andang, Ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini, P. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia, Jakarta. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 447-463.
- Wardana, I. F. B., & Astutiningsih, S. E. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2626-2640.

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., ... & Ray, S. (2021). An Introduction To Structural Equation Modeling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook, 1-29
- Hair Jr, JF, Matthews, LM, Matthews, RL, & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM Atau CB-SEM: Pedoman Terbaru Tentang Metode Mana Yang Akan Digunakan. Jurnal Internasional Analisis Data Multivariat , 1 (2), 107-123
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2-24.
- Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). Pengantar Tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square. Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika, 118–132.
- Jogiyanto. 2011. Konsep Dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Lachowicz, MJ, Preacher, KJ, & Kelley, K. (2018). Ukuran Baru Ukuran Efek Untuk Analisis Mediasi. Metode Psikologis, 23 (2), 244–261.
- Ratnasari, N. W. (2017) Dan Abdillah (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Software Akuntansi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, 6(1).