DAFTAR PUSTAKA

Alfian, C., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka The Influence of Product Quality, Price Perception and Brand Image on Purchase Decisions at Steak 21 Kasablanka Mall. *Sinomika Journal | Volume*, *1*(3), 363–380. https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.276

Apriani Serli, & Bahrun Khairul. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, *2*(1), 14–25.

Ayyada Nadhifa, Abdi Akbar Idris, & Muhammad Ichwan Musa. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Butik Akzr.Id Kota Makassar. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, *2*(2), 331–347. https://doi.org/10.30640/trending.v2i2.2376

Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, *1*(2), 85–104. http://bajangjournal.com/index.php/JISOS

Dina Fitriani, A. H. (2021). PENGARUH ENDORSEMENT TERHADAP OMSET PENJUALAN PRODUK BABYTRIX.ID DI INSTAGRAM. *Jurnal Ilmiah Niagara*, *VIII*(2), 276–293.

Efendi, M. I., Richowanto, M., Lestari, D. A., & Farida, S. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *22*(3), 207. https://doi.org/10.33370/jpw.v22i3.490

Fifi Frisilia Septiani, Akhmad Suharto, W. M. T. (2022). *PENGARUH SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ BANYUWANGI*. *1*(6), 21–31.

Hari mulia, L. risnawati. (2020). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Cv Cemilan Kunik Garut. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(2), 29–37. https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.135

Iis Indriyarti D. Kiwang, Apriana H.J Fanggidae, R. E. F. (2019). PENGARUH SEGMENTASI DAN POSITIONING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WISATAWAN PADA RUMAH MAKAN AYAM BAKAR WONG SOLO DI KUPANG Iis. *Journal of Management*, *8*(1), 99–116.

Jati, A. R. S., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mirai Manajemen*, *7*(1), 231–241.

Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, *7*(1), 1–16. http://ejournal.lmiimedan.net

Kurniawati, K., Nilasari, B. M., Emilisa, N., & Rahayu, F. (2022). Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online. *Jurnal Abdikaryasakti*, *2*(2), 131–144. https://doi.org/10.25105/ja.v2i2.14187

Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, *12*(1), 59–75. https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043

Merinda, T., & Satrio, B. (2016). Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(7), 1–15. https://media.neliti.com/media/publications/190021-ID-pengaruh-harga-dan-citra-merek-terhadap.pdf

Nova, M., & Nurdin, R. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Televisi , Celebrity Endorser , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, *2*(1), 1–17.

Nur Amalia. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jsmb*, *6*(2), 96–104. http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb

Pradewi, R. G., Yuliyanti, T., & Norhabiba, F. (2019). Pengaruh Endorsement terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Lipstik Pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram. *Representamen*, *5*(1). https://doi.org/10.30996/representamen.v5i1.2399

Pratiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, *2*(1), 23–32.

Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, *30*(1), 20. https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870

Rachmah, S. M. (2022). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, *3*(4), 82–88. http://www.ijosmas.org

Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *VII*(1), 25–29.

Ratri Dwi Kurnianingsih, R. U. A. F. (2022). Seminar inovasi majemen bisnis dan akuntansi 4 pengaruh persepsi label halal,. *SIMBA*, *4*. http://ejournal.lmiimedan.net

Ristanti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *8*(3), 1026. https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037

Roni Mauliansyah. (2017). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *6*(2), 818–826. https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.687

Rosi, F., & Andriani, N. (2021). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, *1*(2), 137–146. https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11616

Rudi susanto. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, *7*(4), 450–457. https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038

Sahril, A. A., Wulandjani, H., & Kurniawati, D. (2022). Pengaruh Endorsement (Via Vallen) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tolak Angin Cair Di Aplikasi Media Sosial Instagram. *Jimp*, *2*(2), 70–80.

sastra mico, herma diana. (2024). Pengaruh positioning terhadap keputusan pembelian konsumen coffee robusta khas pagar alam di kedai coffee ambigu kota pagar alam.

Manajemen Dan Keuangan, *14*(September), 56–70. http://bajangjournal.com/index.php/JISOS

Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, *1*(1), 001–015. https://doi.org/10.35212/277621

Sugiono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.

Sugiono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.

Sugiono. (2017c). *Metode Penelitian Kuantitatif* (setiyawami (ed.)). Alfabeta.

Sugiono. (2017d). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sutardjo, D., Silvya L. Mandey, & Michael Ch. Raintung. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gloriusgloriuss Store Manado. *Jurnal EMBA*, *8*(4), 90–99.

Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *CAKRAWANGSA BISNIS*, *1*, 171–186.