

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, Masita, Taqwin, Ngurah, K., & Sari, M. E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aini, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Garansi Seumur Hidup Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Pembelian Tupperware di PT. Arlia Harapan Kencana). *Jurnal STEI Ekonomi*, XX(Xx), 1–18.
- Akbarullah, A. A., & Silitonga, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Di LocknLock Indonesia. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 7(1), 102–126. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v7i1.11898>
- Aminah, A., & Widowati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(02), 179–188. <https://doi.org/10.34152/emba.v2i02.822>
- Andika Bagus Saktiawan, & Wiyadi. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Smartphone Oppo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1285–1305. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1167>
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Anisa, R., Riana, N., Wahyuni, J. S., Himmy'Azz, I. K., & Yanto, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Saat Pandemi Covid-19 Pada Kantor Business Leader (Bl) Sld - Husnul Barokah. *Jubisma*, 5(2), 88–92. <https://doi.org/10.58217/jubisma.v5i2.113>
- Annisawati, A. A., & Sitorus, M. C. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pestisida Di Pt Perusahaan Perdagangan Indonesia

- Cabang Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–10.
- Anugrah, A. K. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Domino's Pizza di Jabodetabek). *Journal GEEJ*, 7(2), 2.
- Aritonang, B. (2020). Penggunaan Bahasa Daerah Generasi Muda Provinsi Maluku Utara dan Papua Barat. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 9(2), 160. <https://doi.org/10.26499/rnh.v9i2.2936>
- Arlisa, Sultan, Mulawarman, & Adi. (2023). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1–7.
- Asman, N. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis* (Kodri (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Award, T. B. (2024). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=9&id_subkategori=354
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jawa), 2022-2023*. BPS. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTI3MCMY/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-html>
- Carolina, N., Hill, C., Carolina, N., & Hayes, A. F. (2004). *SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models*. 36(4), 717–731.
- Carolina, N. I. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i1.1943>
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 73–79. <https://doi.org/10.59086/jam.v2i2.328>
- Collier, J. (2020). *Applied Structural Equation Modeling using AMOS: Basic to Advanced Techniques*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003018414>
- Consultancy, E. (2023). *Kitchenware and Houseware market by Type (Kitchen knives, Cutlery, Food Storage, Tabletop, Small Electric Appliances, Other)*

Application (Residential, Commercial) and Region, Global Trends and forecast from 2023 to 2030. Exactitude Consultancy.
<https://exactitudeconsultancy.com/id/reports/33909/kitchenware-and-houseware-market/>

Dima, S. F. (2024). *Pengaruh Gaya hidup, Brand Image, Brand Ambassador, dan Komunitas Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Buttons scarves.*

Faisal Akbar, M. (2019). *The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mitraindo South Tangerang Online Shop.*
<http://ojs.unm.ac.id/index.php/administrare/index>

Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan.*

Febriana, A., & Yusnita, R. T. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk Dan Strategi Multi Level Marketing (MLM) Dengan Model Tupperware Party (Survei Pada Member Dan Konsumen Tupperware Di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 154–166.
<https://doi.org/10.36423/jumper.v2i2.668>

Fiksi Maiza, Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota.* 9(2), 356–363.

Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 1–337.

Fitriani, E., Yusup, A. M., Nurhikmat, A., & Risuna, I. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga Dan Kualitas Produk : Literature Review. *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 13(2), 75–86.

Gircela, D., & Wati, L. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 09–24.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v9i1.45>

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 No 1, 2–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Handaruwati, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap

- Keputusan Pembelian Handphone Di Kalangan Mahasiswa. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 52–62. <https://doi.org/10.32938/ie.v5i1.2944>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand : Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Hidayat Nugroho, R., Samsudin, A., Dwi A, D., Zahrain, M., Ainun R, R., Putri N., S., Putri N., S., Rizma Y., A., & Ayu F., D. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen pada Restoran Cepat Saji. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1213–1219. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2705>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Investing.com. (2024). *Laporan Laba Rugi LocknLock*. Investing.Com. <https://id.investing.com/equities/lock-lock-co-financial-summary>
- Irawan, L. A., & Rusminah. (2024). *Pengaruh Persaingan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek Supermi Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk Di Kota Mataram*. X, 64–73.
- Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS dan Structural Equation Modeling (SEM). In *UPT Unhas Press*.
- Khotimah, K., & Arifin, A. L. (2021). *Pengaruh Green Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Tupperware Tanjung Priok)*. 1(8).
- Kotler & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed.). Andi.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran (Milenium)*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di Dki Jakarta. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2441–2451.

<https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3143>

Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59. <https://doi.org/10.2307/1248516>

LocknLock. (2023). *LocknLock*. <https://www.locknlock.com/idn>

Ma'arif, A. I., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek Di MR. DIY. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(2), 111–119. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2388>

Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Surian, S. (2021). *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja* (H. Remmang, M. Said, & A. Puspita (eds.)). Pusaka Almada.

Marsyaf, A. (2021). Pengaruh Garansi, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moorlife di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 464. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.311>

Maruli, G. V., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

Marvianta, Y. A., & Saputra, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian Mobil Diecast. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 6(No. 1), h. 3358. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/3403%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/3403/2898>

Muhammad Darwin, Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.

Mukhlis, N., & 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. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i01.51>

- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nailufar, S. (2021). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Minat Beli Penumpang Pada Maskapai Citilink Rute Pontianak - Surabaya*. 6–23. https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB_II_SKRIPSI_-_SUNU%27AN_NAILUFAR_3.pdf
- Nazelina, M., Novitasari, D., Fikri, M. A. A., & Asbari, M. (2020). The Effect of Brand Image, Price and Service Quality on Consumer Decisions Using Delivery Services. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(3), 135–147. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/74>
- Nnalue, R. (2024). *Kotak Makan Siang: Semua yang Perlu Anda Ketahui di Tahun 2024*. <https://reads.alibaba.com/id/lunch-boxes-everything-you-need-to-know-in-2024/>
- Nuraini, F. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Tupperware di Kabupaten Magelang*. 1–23.
- Nursaadah, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Kompetitor, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Feystyle Di Tasikmalaya. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Nuryanti, 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), 299–310.
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 55–66.
- Pristiawan, H. E., Mariah, M., & Bahasoan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Granat Malang Indah. *Nobel Management Review*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i1.2865>

- Purba, Y. I. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware oleh Ibu Rumah Tangga Di kota Medan. -, 75(17), 399–405. <https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/8697>
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image Ikea. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>
- Putri, A. R., Rachma, N., & Sholehuddin, S. (2020). 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 – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 13(01), 543–552.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, H., Fatmawati, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. G. Indrawan (ed.)). CV. Gita Lentera.
- Ripjan, M., Kusumadinata, A. A., & Ruhimat. (2024). Food Photography Dalam Promosi di Groovy Space. *Iic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(6), 2175–2186. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/840/944>
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Pomosi dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.
- Rizani, C. W., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran* (M. Nasrudin (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Saputro, A. M. (2023). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga, Dan*

- Produk Kompetitor Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko Di Costumer Base Retail Cv. Tirta Raharja Kantor Cabang Ponorogo (Studi Kasus Pada Costumer Base Retail CV.Tirta Raharja Ponorogo)*. 1–23.
- Sari, E. R., Ningrum, & Dewi, T. A. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Di Kota Metro Tahun 2022. *EDUNOMIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 150–158. <https://doi.org/10.24127/edunomia.v3i2.3727>
- Setiawan, E., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Sidomuncul Pada Pt Bintang Lima Di Batam. *E-Jurnal Manajemen*, 3.
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Sari, P. N., Mardianto, D., Nugroho, H., Kesuma, T. M., Amin, M. A. N., Isabella, A. A., & Utami, M. M. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer. In E. P. Sari (Ed.), *Penerbit Wdina*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugito, Y. (2023). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KEMBALI SMARTPHONE XIAOMI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*, 5. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Syana, A. B. (2019). *Strategi LOCK&LOCK Capai Target Penjualan Enam Bulan dalam Satu Hari*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/strategi-locklock-capai-target-penjualan-enam-bulan-dalam-satu-hari/>
- Sylfia, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Alat Rumah Tangga. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(2), 180–188.
- Watts, V. (2022). *The Goodness-of-Fit Test*. Pressbooks. <https://ecampusontario.pressbooks.pub/introstats/chapter/10-4-the-goodness-of-fit-test/>
- Wulandari, putu sintia, & Wartana, i made hedy. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Pada

PT. Widya Mutira Bali di Denpasar). *Journal Research Management*, 02(1), 58–67.

