

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, S., & Nancy, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Xl Business Solution pada Pt. Activate Asia*. Thesis. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andrianto, H. N., & Idris. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1(1), 121–130.
- Anuraga, W., & Sitohang, S. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Merk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *JIRM: Jurnal Ilmiah Dan Riset Manajemen*, 4(10).
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, N. R., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Nature Leaf pada Remaja di Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(1), 20–31. [https://doi.org/10.26460/ed\\_en.v4i1.2287](https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i1.2287)
- Azmy, A., Nauyoman, D., & Zakky, M. (2020). The Effect Of Brand Image And Perception Of Products On The Purchase Decisions Of Matic Motorcycle In East Belitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 31–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.25278>
- Brosnan, R., Anggraini, N. P. N., & Andika, A. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Semadhi Bike Shop Blahkiuh di Masa Pandemi Corona (Covid-19). *Jurnal Emas*, 2(2), 109–118.
- cicik ratnasari. (2019). Jurnal manajemen. *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK*

*MIE SEDAAP SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERUMAHAN PEKAYON BEKASI SELATAN*, 7(2), 45–52.

- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 189–199.
- Farisi, S., Irnawati, J., & Fahmi, M. (2020). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 15–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.30601/humaniora.v4i1.420>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Hidayat, P. H. M. (2015). The Influence of Product Quality, Price, Store, Atmosphere and Promotion Effectiveness on Consumer Purchase Decision of Flinders Lane Espresso Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 1–10.
- Hulu, P., & Ruswanti, E. (2018). *Influence of Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Trust Towards Purchase Intention (Study Case on Pocari Sweat Isotonic Drink on Indonesia)*. Thesis. Universitas Esa Unggul.
- Islamiah, F., & Adawiah, R. (2023). *Volume 25 Issue 3 ( 2023 ) Pages 472-479 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN :*

1411-1713 ( Print ) 2528-150X ( Online ) Peran citra merek sebagai mediasi pada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian The ro. 25(3), 472–479.

Jauhar, B. (2020). *Pengaruh Kredibilitas Merek, Citra Merek dan Kecintaan Merek*. Thesis. UIN Walisongo.

Kalangi, F. (2014). Perencanaan Pajak Penghasilan Pasal 21 pada Hotel Sahid Kawanua Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 175–183.

Karla, E., & Stevianus. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *UG Journal*, 16(03), 10–15.

Koliq, R. J. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio Di Dealer Yamaha Mataram Sakti Jepara)*. Thesis. Universitas Negeri Yogyakarta.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles Management* (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (16th ed.). Essex Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kumalasari, N. R. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo*. Thesis. IAIN Ponorogi.

Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and

Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59.  
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>

Machfoedz, M. (2015). *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. BPFE.

Manopo, C., Tampi, J. R. E., Program, T. M. T., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. *Productivity*, 2(6), 6–9.

Maulidi, W. S., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Wisata Muara Bengawan Solo, Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 71(1).

Mochamad Fahri Ardiansyah, Jamaludin K. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.

Nur, A., & Pasca Arnu, A. (2021). Pengaruh promosi dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 383–390.  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(2), 1374–1400.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>

Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Andi Offset.

Rahmawati, K. (2020). The Influence of Brand Image to Purchase Decisions:

- Survey on Z Generation as Kopilogi's Consumer. *MERR: Management & Entrepreneurship Research Review*, 1(4), 141–146.  
<https://doi.org/10.35899/merr.v1i4.121>
- Ritonga, H. M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. ManHaji.
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457–478. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.07>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi Offset.
- Sanjaya, W. (2013). *Penelitian Pendidikan, Jenis Metode dan Prosedur*. Prenada Media Group.
- Schiffman, L. G., & Wisienblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Selestio, R. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Oasis (Studi pada Konsumen CV. Sinar Mas Murni Distributor Oasis Cabang Jakarta Selatan)*. Thesis. Universitas Diponegoro.
- Shalihah, N. B., Imtihani MK, O., Wulandari, T., Hidayat, R., & Prayoga, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mie instan merek Indomie. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 3(2), 85–93. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v3i2.735>
- Siahaan, F. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Instant. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–16.  
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2316>
- Silfiani, Y. Y., & Utomo, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan

Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK JAVA (Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa STIE AMA, IAIN dan UKSW Salatiga). *Among Makarti*, 10(2), 37–54. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i2.151>

Sitompul, S. S., Nyunando, F., & Putra, R. (2022). Analisis Analisis of the Influence of Product Quality, Price, Promotion and Halal Label on Purchase Decision of Indomie Noodles in Pekanbaru City. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

Sugeng Rianto, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2(1), 37–41.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Deelopment)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Sumiarsih. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online (Studi pada Pengguna Gojek Mahasiswa UNISBANK Semarang)*. Thesis. Universitas Stikubank.

Surokim. (2016). *Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula*. FISIB,

UTM & Elmatara.

- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Andi Offset.
- Veronika, J., & Hikmah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle*, 1(2), 210–233.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2018). The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Warasto, H. N. (2018). Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Jakarta Timur). *Jurnal SeMaRaK*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243>
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 423–432.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 3(1), 11–18.