

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. S., Widaningsih, S., & Wibowo, S. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bisnis Jasa Bimbingan Belajar Privat Expert Course Bandung 2020). *EProceedings of Applied Science*, 7(4),619–624.
- Aminarti, D. R., Madura, U. T., Wijayani, Q. N., & Madura, U. T. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “ Queenbea ” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris Di E- Commerce Shopee. 2(1), 16–27.
- Anang firmansyah Muhammad, S. M. (2023). Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko nada swalayan di kabupaten sampang 1,2. 3(2), 101–109.
- Ardiansyah Suwandi, H., & Sudhanarti, D. (2024). *Pembuatan Katalog Produk Menggunakan Canva Sebagai Media*. 2(1).
- Ari, W. C., & Muhammad, E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Jenis Android. *Pendidikan Tata Niaga*, 3, 1–11.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/16462>
- Arumingtyas, P. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga , Online Customer Review Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Heylook Official ShopPada Market Place Shopee. 1(6).

- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Fadilla, & Apriani. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(2), 239–259. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i2.1591>
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (*SNPK*), 189–199.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Fox, E. A., Akbar, M., Abdelhamid, S. H. E. M., Elsherbiny, N. I., Farag, M. M. G., Jin, F., Leidig, J. P., & Neppali, S. T. (2022). Digital libraries. *Computing*

Handbook: Two-Volume Set, 1–23. <https://doi.org/10.1201/b16768-21>

Fres. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever.

Ekonomis, 15(8.5.2017), 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>

Gunawan, G., & Septayuda, I. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Larutan Cap Kaki Tiga Di Kota Palembang. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 264–283. <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i2.363>

Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi), 53(9), 1689–1699.

Maria Asriana Sinar, Anggraini, N. P. N., & Setiawan, J. I. W. G. A. (2023).

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Lazada Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(Maria Asr(2774–3020), 227–236.

Melly Fitriana, Fidyah Yuli Ernawati, A. N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek Produk Pasta Gigi Pepsodent (studi kasus pada toko bahagia di desa pucungrejo). 13(2), 312–324.

Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>

- Moehammad Budi Widayandto, Y. D. (2023). Moehammad Budi Widayandto, Y. D. (2023). *ISSN 2540-959X*. 07(02), 42–53. 07(02), 42–53.
- Muhamad Pauzy, D., & Riksa Wibawa, G. (2023). the Effect of Price on Customer Satisfaction With Purchase Decision As an Intervening Variable on ShenY'S Kelom Products in the Tasikmalaya City. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 73(1), 73–81.
<http://ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Rasit, R. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Kuliah Mahasiswa Pada Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau. *KAMPUA: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1, 115–123.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sari, Y. N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Ecommerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah *AL-ITTIFAQ: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2, 64–78.
<https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/al-intifaq/article/view/8669%0Ahttps://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/a-l-intifaq/article/download/8669/3265>
- Sasongko, G. A. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen)*. 1–12.

- Setiawan, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun @nanisaproject). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22727–22735. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10191>
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>