

DAFTAR PUSTAKA

- A Sagitasari. (2015). *Hubungan Antara Kreatifitas dan Gaya Belajar Denga Prestasi Belajar*. 1(Desember), 53–64.
- Adi, H. W. P., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Mebel di Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 157–168. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2317%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2317/1559>
- Aidhaningtyas, F. T., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wafer Tango di Wilayah Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 4040–4050. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4164>
- Alimuddin, F., & Muslimin, U. (2022). Pengaruh Harga, Periklanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Di Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 38–49. <http://www.journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/view/126%0Ahttp://www.journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/download/126/100>
- Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 704–714. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35854>
- Armanto, R., Islamiah, B., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 3(2), 2745–7257. <https://instantnoodles.org>
- Bahrudin, B., & Sentosa, E. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Produk di Foodmart Supermarket Atrium Senen. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 133–142. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2344>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Citra Merek, P., Harga dan Kualitas Produk, P., Eltonia, N., & Anindita

- Hayuningtias, K. (2021). Published By STIE Amkop Makassar Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 6(2), 250–256. https://jdih.pu.go.id/detail-dokumen/2823/1#div_cari_detail,
- 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 Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Dewanti, D. E., Itasari, A. A., Komunikasi, I., Slamet, U., Surakarta, R., & Korespondensi, K. (n.d.). *SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKIN CARE THE BODY SHOP THE INFLUENCE OF CONFORMITY AND ADVERTISING ON SHOPEE FLASH*.
- Dulame, I. M., Setiawan Jodi, I. W. G. A., Nurcholifah, I., Eddy Wibowo, S., & Abdurohim, A. (2023). Analisis Peran Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Sepatu Dengan Merek Vans. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1331–1344. <https://doi.org/10.31539/costing.v6i2.5279>
- Ernawati, S. (2022). *Analisis Bauran Promosi Dalam Pembelian Online (studi pada Kantin Yuank Kota Bima)*. 04(02), 123–132.
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
- Gultom, N. C., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, 3(4), 384–389.
- Hariyanto, H., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1784. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i9.2223>
- Hendriyanto, I. S., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Persepsi Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Teguh Jaya Motor Purwodadi. *Value*, 4(1), 148–166. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.738>
- Ilahi, A. A. A., Arfah, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada PT Daya

- Anugrah Mandiri. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(4), 154–164.
- Imas Widowati, Mauludin, A., & Hermawan, A. (2022). Strategi Promosi Peweka Clothing di CV. Dwiputra Ihwa. *Jurnal Teknologika*, 12(1)(102–110), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/494407-strategi-promosi-peweka-clothing-di-cv-d-9086ca22.pdf>
- Ismawati, A., Gunawan, C. I., & Arvianti, E. Y. (2023). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Petani Jeruk Di Junrejo Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(1), 42–54. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v11i1.1337>
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i1.90>
- Lioni, L., & Sari, W. P. (2022). Analisis Fungsi Media Instagram bagi Promosi Felize Beauty Bar. *Kiwari*, 1(2), 315. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i2.15606>
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Makanoneng, R., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Pada Konsumen PT.Hasjrat Abadi (Studi Pada Pengguna Yamaha Mio Di Kecamatan Tuminting). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 350–361.
- Maulana Arif, H., Ayudyah, A. P., Jamilah, N. A., Nur, H. A., Ray, A., Studi manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Analisis Citra Merek Pada Produk Es Teh Cabang Maros. *Journal Of Social Science Research*, 3, 2173–2184. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Muhammad Rizki. (2022). Pengaruh Layanan Bimbingan dan Konseling terhadap Perubahan Tingkah Laku Siswa Kelas IX SMKN 2 Batang Hari. *Pedagogika: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan*, 1(1), 38–42. <https://doi.org/10.57251/ped.v1i1.205>
- Muliati, L., & Susiana, A. (2023). Produktivitas Kerja Karyawan Dipengaruhi Oleh Jenjang Karir Dan Etos Kerja Pada Pt. Victory Chingluh Indonesia. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7296>
- Nasution, D. Z., & Blanco, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kaulitas

Produk Terhadap Keputusan Pembelian di One Zo Pantai Indah Kapuk. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 307. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3653>

- Nst, V. F. H. (2023). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 5(2), 350–372. <https://doi.org/10.47652/metadata.v5i2.389>
- Nursukma, B. P., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffe Shop Koupikiran di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1–15.
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Ricards Duan Remart, A.F. Kalangi Johnny, & Walangitan Olivia. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128–136.
- Safitri, M., Marzoan, L., & Hadi, R. (2023). Pengaruh Gadget Terhadap Sikap Sosial Siswa Di Sdn 1 Dangieng Tahun Ajaran 2022/2023. ... *Guru Sekolah Dasar ...*, 1(4), 105–115. <https://jurnalrinjanipendidikan.com/index.php/JR-PGSD/article/view/76>
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Suryajaya, J. A., & Sunu, D. (2023). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jj Auto Secara Online. *Jurnal Manajemen Dan Star-Up Bisnis*, 8(3).
- Tehuayo, E., & Pelupessy, M. M. (2023). *Kualitas Produk , Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Revlon di Kota Ambon*. 2(3).
- Trisnawati, I. A., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks dan Venus di Apotek Kimia Farma Denpasar. *Jurnal Emas*, 3(3), 134–147.

Winarti, M. E., Fanggidae, A. H. J., & Salean, D. Y. (2023). *PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA (STUDI KASUS PADA DEALER SEPEDA MOTOR HONDA CV . RAJA JAYA MOTOR MAUMERE) The Effect Of Product Quality , Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Honda Motorcycle Brand (Case Study Of. 295–306.*

Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>