

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Adila, W., & Subari. (2024). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Vol. 3, Issue 1). [Http://Ejournal.Stia-Lkdumai.Ac.Id/Index.Php/](http://Ejournal.Stia-Lkdumai.Ac.Id/Index.Php/)
- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2019). ( *Studi Pada Konsumen Mebel Madina Di Kota Banjarnegara* ). 8, 1–13.
- Ahmed Javed, S., & Javed, S. (2019). *Marketing And Branding Research The Impact Of Product's Packaging Color On Customers' Buying Preferences Under Time Pressure. In Marketing And Branding Research* (Vol. 2). [Https://Ssrn.Com/Abstract=3338393](https://Ssrn.Com/Abstract=3338393)
- Akbarullah, A. A., & Silitonga, P. (2024). *The Impact Of Product Quality, Product Design And Price Perception Increasing Purchase Decisions Mediated By Brand Image. Business Management Analysis Journal (Bmaj)*, 7(1). [Https://Doi.Org/10.24176/Bmaj.V7i1.11898](https://Doi.Org/10.24176/Bmaj.V7i1.11898)
- Anandia, R. (2015). Analisa Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Original (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).
- Andre Marvianta, Y., & Saputra, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Mobil Diecast.
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhillah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574. [Https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1217](https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1217)
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60. [Https://Doi.Org/10.37641/Jipkes.V2i1.586](https://Doi.Org/10.37641/Jipkes.V2i1.586)

- 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>
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V1i2.2211>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). *Serli Apriani, 2) Khairul Bahrin*. 14–25.
- Aprilia, M., & Pantoro Sukma, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1).
- Aqilah, A., Kresnamurti Rivai, A. P., & Edo Suryawan Siregar, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di DKI Jakarta (Vol. 3, Issue 3).
- Ardiansyah, N., & Suryari, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 323–345. <https://doi.org/10.30640/Inisiatif.V3i2.2374>
- Arief Baehaqi, M., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Customer Satisfaction Dan Keputusan Pembelian Konsumen. 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/Widyamanajemen.V4i1>
- Arohman. (2018). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kalangan Mahasiswa Stie Muhammadiyah Pringsewu Tahun 2017. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 01(1), 18–30.
- Asdar, M., & Munir, A. R. (2021). *The Effect Of Trust And Price On Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables (Case Study Of Shopee Users In Makassar City)*. <https://doi.org/10.26487/Hjabe.V4i1.421>

- Assauri, S. (2014). *Manajemen Produksi Dan Operasi*. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:166378404>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, And Statistical Considerations. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Bloch, P. H. (1995). Seeking The Ideal Form: Product Design And Consumer Response. *Journal Of Marketing*, 59(3), 16–29.
- Burmann, C., Jost-Benz, M., & Riley, N. (2008). Towards An Identity-Based Brand Equity Model. *Journal Of Business Research*, 61(5), 479–491.
- Cahya Kamila, N., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. In *Diponegoro Journal Of Management* (Vol. 11, Issue 6).
- Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2021). The Role Of Social Media In Brand Building And Customer Engagement. *Journal Of Marketing*, 28–48.
- Creusen, M. E. H., & Schoormans, J. P. L. (2005). The Different Roles Of Product Appearance In Consumer Choice. In *Journal Of Product Innovation Management* (Vol. 22, Issue 1, Pp. 63–81). <https://doi.org/10.1111/J.0737-6782.2005.00103.X>
- Damar, P. B. (2021). *Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie*.
- Deatami, N. M., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Iklan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 8(4), 141–151. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Dewi, M. P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Rm. Wongsolo Malang. *Iqtishoduna*, 16(2), 167–190. <https://doi.org/10.18860/Iq.V16i2.9242>

- Dewi Werdiasih, R., Bakti Karnowati, N., & Yoana. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Disastra, D., & Novita, D. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Di Bandar Lampung)* (Vol. 2, Issue 1). [Http://Jim.Teknokrat.Ac.Id/Index.Php/Smart/Issue/Archive](http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive)
- Dunan, H., Rizky Antoni, M., Jayasinga, H. I., & Redaputri, A. P. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung Di Bandar Lampung*.
- Eppinger, S., & Ulrich, K. (2015). *Product Design And Development*. Mcgraw-Hill Education. [Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=S7fzcgaaqbaj](https://books.google.co.id/books?id=S7fzcgaaqbaj)
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–109. [Https://Doi.Org/10.47080/Progress.V3i1.782](https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782)
- Garvin, D. A. (1987). *Competing On The Eight Dimensions Of Quality* (6th Ed., Vol. 65). Harvard Business Review.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition). Pearson Prentice Hall.
- Hakimlukmanul. (2019). *Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di*. 6, 37–53.
- Hamidah, S., & Anita, D. (2020). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 21(4).

- Hananto, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel*. [Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaslit](http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaslit)
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Journal Of Business And Banking*, 10(1), 91. [Https://Doi.Org/10.14414/Jbb.V10i1.2261](https://doi.org/10.14414/Jbb.V10i1.2261)
- Hendro, C. R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang*.
- Hernikasari, I., & Ali, H. (2022). *Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1). [Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis.V3i1](https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1)
- Hertiwi, K. S., Ariani, N., & Gunaedi Argo, J. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek* (Vol. 2).
- Humaidah, S. N., Haerudin, H., Jumai, J., & Nurhayati, N. (2024). *The Influence Of Price And Promotion Perceptions On The Decision To Purchase Indosat Ooredoo Data Packages With Brand Image As An Intervening Variable* (Vol. 1, Issue 2).
- Kambey, J. F. R., Moniharapon, S., & Soegoto, A. S. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kelompok Acuan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indihome Di Pt. Telkom Tomohon*.
- Kania Rifdah Gunawan, Hadita Hadita, Neng Siti Komariah, Dewi Puspaningtyas Faeni, & Yayan Hendayana. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Desain Produk Melalui Citra Merek Sebagai Variable Intervening Terhadap Minat Beli Sepatu Aerostreet. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(3), 138–153. [Https://Doi.Org/10.59581/Jrim-Widyakarya.V2i3.4052](https://doi.org/10.59581/Jrim-Widyakarya.V2i3.4052)
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Pearson.

- Khaira, N., Saputra, F., & Syarif, F. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman*.
- Khoirul, M., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Persebaya Store Di Surabaya*. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:238949420>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing* (18th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (14th Ed.). Erlangga.
- Kuenendi. (2014). *Analisis Jalur: Aplikasi Dalam Penelitian Manajemen, Ekonomi, Dan Sosial*. Alfabeta.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jimt: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Kusumawati, A., & Rahayu, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Milenial Di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 56–55.
- Lie, B., & Nawawi, M. T. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Dimediasi Oleh Persepsi Harga Di Pt Shopee International Indonesia. *Oktober, 05(04)*, 875–881.
- Meiliani, N., Ferdinand, T., & Manajemen, J. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Honda Beat Pop Di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *Diponegoro Journal Of Management*, 5, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/DBR>
- Monroe, K. B. (2003). *Pricing : Making Profitable Decisions*. Mcgraw-Hill Pub. Co.

- Mujahiddin, I. (2020). *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Sepatu Sepak Bola Specs Di Surabaya*.
- Na, W. B., Marshall, R., & Keller, K. L. (2020). Brand Power And Firm Value. *International Journal Of Research In Marketing*, 37(1), 139–154.
- Nguyen, B., Simkin, L., & Canhoto, A. I. (2020). The Dark Side Of Digital Personalization: Exploring The Role Of Psychological Reactance. *Journal Business Research*, 116, 209–222.
- Nisa, K. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta)*. 4(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1>
- Nuraini, A., Hartati, R., Rejeki Ekasasi, S., Nurweni, H., Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn, S., & -Indonesia, Y. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi* (Vol. 4, Issue 1).
- Nurfatmah, W., Suhardi, D., & Gunawan, W. H. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pengguna Produk Tupperware Di Kabupaten Kuningan)*.
- Nurmalasari, L. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Umkm Bidang Kuliner) The Influence Of Social Media Marketing And Consumer Engagement On Online Purchasing Decisions (Studies On Culinary Smes). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300.
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.1111>
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas*.

- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.V14i1.2445>
- Prajnaparamita, C. X. (2023). *Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Idola Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Komunitas Army Surabaya) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Prastiyani, M., Prodi, A., Stie, M., Wiwaha, W., Suhartono, Y., Widya, S., Prodi, W., & Yogyakarta, W. W. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Advan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Di Wilayah Yogyakarta. In *Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Priyatno, D. (2016). *Panduan Praktis Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom.
- Putra, R. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.V2i4>
- Putu, I., Yasa Wijaya, A., Luh, N., Indiani, P., & Ningsih, A. P. (2024). *Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion E-Marketplace Dengan Mediasi Citra Merek*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/abr>
- Rachmawati, S. D., Andjarwati, A. L., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (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))*.



- Rahmawati, L. O., Hariyani, D. S., & Fatmala, I. A. (2022). Desain Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo Indonesia 149. In *Jurnal Pro Bisnis* (Vol. 15, Issue 2).
- Rahmawati, T., & Suryani, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fashion Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 115–127.
- Ramadhan, S., & Ramli, Y. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina. *Journal Of Fundamental Management (Jfm)*, 4(1), 125. <https://doi.org/10.22441/jfm.v4i1.17931>
- Rizqullah, I., Manajemen, A. J., & Bisnis, M. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Saraswati, A. R., & Rahyuda, K. (2018). *Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Kota Denpasar*.
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2).
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). 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). In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Schiffman, L. G., Hansen, H., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. Prentice Hall/Financial Times.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*.

- Sitorus, U. M., Asnawi, M., & Al Firah. (2024). Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Map Aktif Adiperkasa Di Meda. *Jurnal Bisnis Net*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv. Alfabeta.
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina Di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal Of Management*, 8(1), 1–10. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbp](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbp)
- Thamrin, A., & Francis, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland, A. J. (2016). *Crafting And Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage: Concepts And Cases* (20th Ed.). Ny; Mcgraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2023). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Andi Publisher.
- Udayana, I., Dwi Cahyani, P., Feri, E. E., Manajemen, P., Ekonomi, F., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2024). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 8(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.24791>
- Vito, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Di Daerah Istimewa Yogyakarta)*.
- Wardah Robiah, D., & Nopiana, M. (2022). Yume : Journal Of Management Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.235>
- Wasik, Z., Catur Nugroho, K., & Mahjudin. (2023). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Promotion On Purchasing Decisions Mediated By Brand

- Image. *International Journal Of Advanced Engineering And Management Research*, 08(05), 16–29. <https://doi.org/10.51505/Ijaemr.2023.8502>
- Wijayanti, A., & Mh Nainggolan, B. (2023). Improving Purchasing Decisions Through Price Perception And Product Quality: The Mediating Role Of Brand Image In Botanica Apartment. *Journal Of Management And Leadership*, 6(1), 15–29. <https://doi.org/10.47970/Jml.V6i1.415>
- Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela Pada Generasi Z Di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina*, 2(9), 2429–2438. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.825>
- Yoepitasari, A. H. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Semarang)*.
- Yuda, O. :, Fakultas, S., Dan, E., Universitas, B., & Raya, S. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 6).
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence. *Journal Of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V. A., Varley, K., Hatak, I., Koller, M., & Zauner, A. (2020). Three Decades Of Customer Value Research: Paradigmatic Roots And Future Research Avenues. *Journal Of Service Research*, 23(2), 409–432.
- Zhahra Lubis, A., Lastrian Nahulae, L., Marliana Anggraini, N., Adawiyah, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga*. <https://doi.org/10.30651/Jms.V9i1.21412>