

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Setyani Nur dan Rokh Eddy Prabowo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 6 No 1, Januari 2023: 147-155 DOI : <https://doi.org/10.36778/jesy.v6i1.890>.
- Alfinda, Fiolitha dan Hery Haryanto. (2023). Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Untuk Membeli Makanan Organik Studi pada Konsumen di Batam. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 4(5) 2023 : 4224-4236.
- Amalia, Arrum, Salma Fathiyya Nuha, Khairani Zikrinawati, dan Zulfa Fahmy. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Mahasiswa Kreatif* Vol. 1, No.2 Maret 2023 Hal 41-52 DOI: <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.748>.
- Anggarania, Putu Lia Pramesti, Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja. (2021). Analysis Of The Influence Of Brand Image, Product Quality, and Price Perception On Interest To Buy Oriflame Product. *Proceeding 5<sup>th</sup> International on Sustainable Development (ICSD) 2021*: 221-227.
- Audia, Dinda Septiani, Roni Jayawinangun, Feri Ferdinan. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Produk Aidi.Id (Studi Pada Followers Instagram Aidi.Id). *Jurnal Ilmu Sosial* Vol 3, No 1 (2019).
- Girsang, Nitasri Murawaty, Endang Sulistya Rini, Parapat Gultom. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal of Management and Marketing Studies* - Volume 5 | Issue 1 | 2020: 40-57.
- Hasyati, Diva Putri dan Imroatul Khasanah. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang). *Diponegoro Journal of Management* Volume 8, Nomor 4, Tahun 2019, Hal. 58-69.
- Istiana, Luluk Farhatin dan Rudy Haryanto. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan Tabarak Pada BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *MABNY : Journal of Sharia Management and Business* Vol.1 No.1 April 2021: 30-48.

- Istrahyuda, Awang Surya. (2020). Analisis Faktor Marketing Mix 7p Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) “AIRMU” (Studi Kasus Di PT. Cahaya Bumi Intanpari Karanganyar). *Naskah Publikasi*. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Juliani, Selly, Hanny Siagian, dan Pioner Pelawi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa GO-JEK pada Saat COVID-19 di Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM* Volume 12, Nomor 02, Oktober 2022: 115-124.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid. 2. Jakarta: PT Indeks.
- Laraswati, Cindi dan Harti Harti. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen* Vol 12 Nomor 2 (2022): 185-196.
- Lestari, Sukowati Indah. (2021). Pengaruh Price Dan Product Quality Terhadap Minat Beli Produk Farly Shop Dalam Perspektif Bisnis Islam (Pada Farly Shop Kotagajah Kabupaten Lampung Tengah). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nasution, Siti Lam'ah, Christine Herawati Limbong dan Denny Ammari Ramadhan Nasution. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma* Vol 7 No 1 Tahun 2020: 43-53.
- Nurfitriana, Silvia dan Francy Iriani. (2018). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah. *Sebatik*. Vol 22 No 2 Desember 2018.
- Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over. *Journal Advancement Center for Finance and Accounting (JACFA)* Volume 02 Number 03 November 2022: 118-128.
- Powa, Guen Anjelia, S.L.H.V. Joyce Lopian, dan Rudy S. Wenas. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa FEB Unsrat. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.3 Juli 2018, Hal. 1188 – 1197.
- Pradana, Mahir dan Avian Reventiary. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen* Vol. 6 N0. 1 Juni 2016: 1-10.

- Prakarsa, Sean. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*/Volume 5/No.1/Januari - 2021 : 01-04.
- Pratama, Aditya Yoga. (2022). Peran *Brand Image* dan *After Sales* Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Toyota (Studi Kasus Dealer Nasmoco Slamet Riyadi). *Naskah Publikasi*. Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prayogi, Bagas Setyo., Seno Sumowo, dan Nursaidah (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu). *Jurnal Bisnis Net* Volume : IV No. 2 Juli – Desember 2021: 50-65.
- Purba, Elvis F. dan Parulian Simanjuntak. (2012). *Metode Penelitian*. Medan: Percetakan Sadia.
- Rosdiana, Riski, Iyus Akhmad Haris, dan Kadek Rai Suwena. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* Volume 11 No. 1 Tahun 2019: 318-328.
- Safitri, Arini Nur. (2020). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1(1), 1-9 DOI: 10.37631/e-bisma.v1i1.212. <http://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae>.
- Saktiana, Nadela dan Muchammad Agung Miftahuddin. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan* Vol 1 No 1.
- Saputra, Hidayat, Bagas Muhazirin dan Harry Patuan Panjaitan. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan* Vol. 1 No. 1, Desember 2021 (48-61).
- Simanjuntak, Gerry Morgan (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Perceived Price, dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 6 No 2, Juni 2023: 2351-2361 DOI: <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1271>.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Susanto, Novie, Dyah Ika Rinawati, dan Fery Ramadhani. (2019). Improving Purchase Decision Performance by Examining Brand Awareness, Association, Loyalty, and Quality Perception Using Multiple Regression Method: A Case Study of Truck Purchasing in PT AIIS. *TEKNIK*, 40 (1), 2019, 48-54 <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/teknik> doi: 10.14710/teknik.v40n1.22189.
- Wibisono, P. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Konsumen. *Naskah Publikasi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Widyarsih, AV Rahajeng, Yohanes Ferry Cahaya, Al Ghifary Chairul. (2023). The Influence of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences* Vol.2, No.1, 2023 pp. 102-109 <https://journal.adpebi.com/index.php/AIJMS>.
- Wijaya, Made Krisnanda, I Nyoman Sukana Sabudi, dan Ni Made Suastini. (2022). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Tamu Di Harris Hotel Kuta Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Accounting and Hospitality* Vol. 1 No. 1 – November 2022: 11-17 DOI: 10.52352/jah.v1i1.977.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6 , No. 2, November 2017: 798-807.