

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahyar, H., Ustiawaty, J., & Andriani, H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Grup Pustaka Ilmu.
- Assauri, S. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pres.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. CV. Budi Utama.
- Ayesha, I. (2022). Pemasaran Digital (Tinjauan Konseptual). Global Eksekutif Teknologi.
- Bungin, B. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Prenadamedia Group.
- Chalil, R. D. (2021). BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING. PT. RajaGrafindo Persada.
- Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E.,M.M. Noviansyah Rizal, S.E.,M.M.,Ak, CA, CFrA. Riza Bahtiar Sulistyan, S.E.,M.M. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif. Jawa Timur: Widya Gama Press.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah. 1(2).
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Deepublish.
- Guilford, J. P. (2017). Fundamental Statistic in Psychology and Education. (3rd Editio). McGraw-Hill Book Company.
- Herman Hendri. (2023). Manajemen Pemasaran. Depok: Strategy Cita Semesta
- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Management (15 ed.). Pearson Education.
- Kotler, & Keller. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran. ANDI.
- Martono, N. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis data Sekunder). Rajawali Pers.
- Melati. (2021). Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Moleong, L. J. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhyi, M. (2018). Metodologi Penelitian. Adi Buana University Press.
- Musfar, T. F. (2020). Manajemen Pemasaran. CV. Media Sains Indonesia.

- Pratama, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian . Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2020). Strategi Promosi yang Kreatif. Edisi Revisi. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rani Hapsari Damayanti. (2021). Peran Harga Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Antara Kualitas Produk, Promosi, Dengan Keputusan Pembelian. Universitas Islam Sultan Agung.
- Sidik Priadana dan Denok Sunarsi. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2017). Metode Penelitian Pendidikan. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono Fandy. (2020). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Penerbit Andi.

Jurnal:

- Abdullah Rahman Kaban, & Citra Kusuma Dewi (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. e-Proceeding of Management: Vol.10, No.3 Juni 2023.https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/184564/pengaruhkualitas_produk_dan_citra_merek_terhadap_keputusan_pembelian_sepatu_compass.html
- Ade Bagus Saputra, Natalia Ratna Ningrum, (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1 No. 1 Januari Tahun 2021|Hal. 32,38.<https://journal.actualinsight.com/index.php/equilibrium/article/view/55/44>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen*,

Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 6(3), 38-51.

- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492-503.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105-114.
- Azahari, A. A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (JMOB)*, 1(4), 553–564. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3779>
- 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.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-13.

- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.
- Firmansyah, A. 2019. Pemasaran Produk & Vol. 12 No. 1 September 2022 Hal - 149 Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang Merek Planning and Strategy. Qiara Media
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72.
- Herlianti, Z. F., & Handayani, S. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk Azarine. IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 4(1), 12–22. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v4i1.129>
- Hidayati, N. (2022). Menguji Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Cabang Solo. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati*, 11(2), 12–21. <https://doi.org/10.33024/jrm.v11i2.6161>
- Hong Rendy,, Antonius, Ericsson Teofilus (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas yang Dimediasi Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Vol. 12 No. 2 Tahun 2023*.https://www.researchgate.net/publication/376836714_PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_BRAND_IMAGE_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_SEPATU_ADIDAS_YANG_DI_MEDIASI_BRAND_TRUST
- Indra Kurniatama, (2023). Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Desain, Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Specs. Universitas Putra Bangsa<https://eprints.universitaspuputrabangsa.ac.id/id/eprint/871/>
- Jahroni, J., Sinambela, E. A., Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Citra Toko, Suasana Toko dan Harga terhadap Keputusan

- Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10234-10241.
- Kurniatama, I., Quality, P., & Quality, P. (2021). Pengaruh Brand Image , Product Quality , dan Product Design , Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Specs Pengaruh Brand Image , Product Quality , dan Product Design , Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Specs. 1–10.
- Latief, F. (2023). Manajemen Pemasaran (M. . Dr. H. Muhammad Hidayat, S.E., M.M Dirwan, S.T. & Cover (eds.); Pertama). (ITB NOBEL INDONESIA) Anggota APPTI Kampus ITB Nobel Indonesia, Jalan Sultan Alauddin No. 212 Makassar.
- Lestari, Ratih Widya, & Wahyuati Aniek (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 9, Nomor 7, Juli 2020. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3092>
- Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(2), 374. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438>
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.
- 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.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.

- 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>
- Prakoso, S. E., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Media Sosial, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger Adventure. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 24–37. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1851>
- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Media Bina Ilmiah*, 18(12), 3297-3312.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rahman Kaban, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass. 10(3), 1650.
- Ratih Widya, L. W. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 16(2), 135–168. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2.7400>
- Rohmah, Z., & Sukaris, S. (2024). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Wardah kosmetik. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 7(1), 37–48. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v7i1.1164>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–20.
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Samsudin, A., Nugroho, R. H., Fitri A., I. P., Putri A., A., Awaliah, A. N., Oktavia, N., & Nugroho, T. B. A. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan

- Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1155–1162. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2642>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk scarlett whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Desain dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk Sepatu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 32–38. <https://journal.actualinsight.com/index.php/equilibrium/article/view/55>
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 320-330.
- 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)*, 85–93. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v3i2.735>
- Syahrir dkk. (2020). Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan.
- Tuti, M., & Dwiyaniti, M. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan menginap melalui citra merek. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 149. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i2.5126>
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(6), 2279-

2291.

- Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana, Y. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(1), 48–57. <https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>
- Winda Larika, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(2), 125–142. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i2.4841>

