

DAFAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i2.9647>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Ashari, S. I., Saroh, S., Zunaida, D., Studi, P., Bisnis, A., Administrasi, F. I., & Malang, U. I. (2023). Pengaruh Harga , Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan. 13(1), 87–93.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>
- Destiana, E., & Rinaldi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Imagedan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Competency of Business*, 7(1), 137–156.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Nutrition Label Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo: Efek Moderasi Orientasi Makanan Sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.48-56>
- Halil, M., Widarko, A., & Khoirul, M. (2021). Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Pada Ivan Cell Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Ivan Cell Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(10), 115–128. www.fe.unisma.ac.id

- Hasanah, U., & Oktavia, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen ShopeeFood di kota Malang. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 26–40. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Irwan, & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains UIn*, 53–68.
- Kotler dan Keller, (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Kotler P, Keller, K 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu. Edisi ketiga belas. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (alih bahasa: Bengamin Molan). Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Globa)*. Essex, England: Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2007. “Manajemen Pemasaran”, Ed12. Jilid 2. Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip,. Kevin, Lane, Keller,. (2009) : *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, jilid 2.; Erlangga, Jakarta.
- Kusuma, N. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Pada Toko Maju Hardware Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun*, September, 1–23.
- Lest, Ari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1–8. <file:///C:/Users/Vivobook/Downloads/22568-Article Text-26577-1-10-20180118.pdf>
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 89–96.
- 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.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart di Kota Malang). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2654–6493), 83–88.

- Nugraha Windusara, D., & Artha Kusuma, A. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12), 243300.
- Olivia, D., & Amah, N. (2019). Seminar inovasi manajemen, bisnis dan akuntansi i. Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019, 2010, 442–453.
- Philip Kotler, (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Terj. Teguh hendra (Jakarta: Prenhalindo).
- 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>
- Ririn Handayani. (2020). *Metode Penelitian Sosial*. In Bandung (Issue September).
- Saputra, S. A., & Evelyn, F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(5), 585–596. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i5.147>
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Sipayung, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Grab Di Kota Batam Skripsi.
- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.18>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (16th ed.). Alfabeta. <https://katalogdisperpusipsumbawa.perpusnas.go.id/detail/opac?id=611&tipe=koleksi>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap MInat Beli Konsumen pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.

- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(3), 484–494. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.866>
- Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>
- Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.