

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). JIMEA| Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38-51.
- Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Merek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 275-282.
- Almirah, O. V., & Indayani, L. (2022). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Product Quality on Repurchase Intention of Fast Fashion Products. Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 17, 10.21070/ijler.v15i0.779. <https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.779>
- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *JASMARK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Pemasaran dan Keuangan*, 1(1), 37-56.
- Chandra, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Inovasi dan Interaksi Pelanggan terhadap Brand Image. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 73-79.
- Elliyana, Ela, et.al. 2022. Manajemen Pemasaran Lanjutan. (A. Paerah & Aditya Rendi(ed.);1st ed.). Malang: Ahlimedia Press.
- Fandy Tjiptono. 2019. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. CV. Andi Offset.
- Fera, P. M., Asmin, E. A., & Gunawan, R. (2023). Brand Image Memediasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 23-40.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Gunarsih, C.M., Kalangi, J A F.,& Tamengkel,L F. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.Productivity,2(1),69–72.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Hendrayani, Eka, & Wahyunita Sitinjak. 2021. *Manajemen Pemasaran*. CV Media Sains Indonesia.
- Indrasari, M. (2020). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*, Cetakan Kesatu. PT. Refika Aditama, Bandung
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Y. A., Merung, H., & Nufus, N. (2020). *PERILAKU KONSUMEN (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Koesworodjati, Y. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Ancangan Pemikiran Strategis* (Edisi Kedua). Penerbit Koperasi Jasa Informasi Bersama.
- Kotler Philip, & Gery Armstrong. 2021. *Principles Of Marketing* (17th Edition). *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2021). *Principles of Marketing* (Nineteenth Edition). *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). *Pearson Education*.
- Kotler, P dan Armstrong. (2023). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kusuma, H. W., & SE, M (2020). *MERANCANG VALUE PADA MEREK (BRAND VALUE)*. *BRANDING STRATEGY DI ERA DIGITAL*, 107.
- Leksono, Rafael B., and Herwin Herwin. "Pengaruh Harga dan Promosi Grab terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, 2020, pp. 381-390, doi:[10.36226/jrmb.v2i3.72](https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72).
- L. Daft, R. (2020). *Management, Second Edition*. Cengage Learning EMEA
- Mahyuddin, & Ritnawati, Fatmawaty & Rachim, Erdawaty & Mursalim, Adi & Pandarangga, Yuni & Ulfiyati, Rustam & Sidiq, Anna & Rosytha, Penerbit

- & Yayasan, Kita & Menulis, & Mahyuddin, Mahyuddin. (2023). Manajemen Proyek Konstruksi.
- Malayu S.P. Hasibuan, 2020, Manajemen Sumber Daya Manusia. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Muhfizar. (2021). Pengantar manajemen (teori dan konsep). Media Sains Indonesia.
- Nainggolan, B. (2023). *The Influence of Brand image on Consumer Satisfaction with Purchasing Decisions as Intervening Variables (Case Study on Students of STIE Bina Karya Kota Tebing Tinggi)*. *Morfai Journal*, 2(4), 827-841.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Purboyoy, P., Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., Kartika, R. D., Hilal, N., & Syamsuri, S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)*. Center for Open Science
- Robbins, Stephen P. & Coulter, Mary. 2021. Management 15th edition. England: Pearson Education Limited.
- Rosanti, N., & Salam, K. N. (2021). *The effects of brand image and product quality on purchase decisions. Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365-375.
- Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). Pengantar manajemen dan bisnis.
- Safitri, Arini. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA LAZADA. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*.
- Shavab, F. A., Nasfi, N., Purboyoy, P., Karyanto, B., Hikmah, H., Kartika, R. D., ... & Larasati, R. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*.
- Solomon, M. R., W. Marshall, G., & W. Stuart, E. (2023). *Marketing: Real People, Real Choices Eleventh Edition (Eleventh Edition)*. Pearson Education Limited.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Cv. Pustaka Abadi.
- Sukma, R. P., & Elyada, C. E. 2022. Pentingnya Sosial Medial Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Di Elyada Cake. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 3, No. 2. Hal. 28-39.

- Supriyadi, S., Alfina Febriyani, S., & Nur Anisa, S. (2023). PRINSIP TEORI ORGANISASI KLASIK MENURUT HENRY FAYOL. *MANTRA (Jurnal ManajemenStrategis)*, 1(1),33–42.Retrievedfrom <http://jurnal.desantapublisher.com/index.php/mantra/article/view/93>
- Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- Wahyudi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Valuta*, 7(2), 82-91.
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). *The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City)*. *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199-207.
- Wardhana, Aditya. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.
- Wardhana, A. (2022). Brand Image dan Brand Awareness. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2024). Perilaku Konsumen Di Era Digital
- Yudi Nur Supriadi, Anugriaty Indah Asmarany, Atmi Sapta Rini, Dhiana Ekowati, Sunimah, I Wayan Aditya Tariana, M. Anwar, Halmi Ali, Khasanah, & Mira Ismirani Fudsyi. 2022. Konsep Dasar Manajemen Organisasi (Indra Pradana Kusuma, Ed.; Cetakan Pertama). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.