

DAFTAR PUSATAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., & Efendi, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-108. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v2i2.2700>
- 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. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kfc di Kota Bengkulu. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95-107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Anam, C., Istiqomah, I. W., & Husna, P. I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Margin Eco*, 6(1), 1-14. <https://doi.org/10.32764/margin.v6i1.2577>
- Buku Ajar Seminar Manajemen Pemasaran. (2025). (n.p.): PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
- Buchari Alma. 2020. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (revisi). CV Alfabeta: Bandung
- 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. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh digital marketing pada peningkatan brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian

produk coklat monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409-418.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>

Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2016. Pelanggan Puas? Tak Cukup!, Edisi Ke-1. CV Andi, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono, G. C. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.

Kotler, P. and Armstrong, G., 2018. Principles of Marketing. 17th ed.

Kotler, P. and Keller, K.L. 2016. Marketing Management. Person Education. Inc

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principles of Marketing, Eighteenth Edition. London: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management Pearson Education* Terjemahan Bob Sabran (ed.); 15th Editi). Erlangga.

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2017. Marketing Edisi Ke-16. Alih bahasa : Benjamin Molan. Erlangga. Jakarta

Keputusan Pembelian Online: Peran Ecommerce dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping. (2024). (n.p.): umsu press.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

Malayu S. P. Hasibuan. 2016. Manajemen : Dasar. Pengertian. Dan Masalah. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta

Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>

- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231-240
<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.150>
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25-38.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J.(2019). *Consumer Behavior*, 12th Edition, Global Edition. United Kingdom: Pearson
- Solomon, M. R. 2020. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 13th Edition. Essex: Pearson
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2009). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi Kedua Yogyakarta: Andi Offset.