

DAFTAR PUSTAKA

- Adiawaty, S., Kambuno, A. B., Veronika, S., Habeahan, S., & Silaban, B. E. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Market Place. *Judicious*, 3(2), 370–373.
- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality, Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*, 3(1), 88–97.
- Amin, A. M., & Hendra, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. Co. Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 78–89.
- Arifita, M. N. Z., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Layanan ShopeePay Pada Mahasiswa Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 90–97.
- Arsta, I., & Respati, N. (2021). The Effect Of Sales Promotion On Purchase Decisions Mediated By Brand Image (Study On E-Commerce Tokopedia In Bali). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(12), 205–215.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 143–158.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44.
- Deshinta, H., & Suyanto, A. (2020). Efektifitas Promosi Online Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 9–18.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media.
- Huda, M., & Prasetyo, A. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada Umkm Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(1), 14–24.
- Ikhlas, F. I., & Hasbi, I. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk House Of Smith Bandung. *EProceedings of Management*, 6(3), 6012–6020.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 165–174.
- Keiser, S., & Tortora, P. G. (2022). *The Fairchild Books Dictionary of Fashion*. New York : Fairchild Books.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow : Pearson Education Limited.

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Kusumaningrum, R., & Sari, D. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dunkin Donuts Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 7(3), 6297–6312.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128–136.
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2010–2014. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 41–59.
- Novianti, F., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. *Ekuivalensi Jurnal Ekonomi Bisnis*, 8(1), 57–67.
- Pambudi, T. E., Parayitno, A., Laksitama, A., & Darfan, Y. (2022). Pengaruh People, Process dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen pada Pelanggan Toko SRC (Studi Pada Pelanggan Src Bu Sri, Klipang, Semarang, Jawa Tengah). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 8659–8666.
- Pardede, J. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merk Prettyfit Pada PT. Christoper Adidaya Rekananda*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia jakarta.
- Prabowo, A. J., & Sitio, A. (2020). The Impact Of Brand Image, Sales Promotion, Service Quality Towards Customer Satisfaction And Its Implications On Customer Loyalty At X Department Store Kota Kasablanka Jakarta. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 2(2), 267–278.
- Pratiwi, M. Y., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2BEAT. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
- Rahayu, F. P., & Winarno, A. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk H&M. *EProceedings of Management*, 10(4), 2434–2442.
- Rahayu, S. P. (2021). *Pengaruh Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Angkasa Pura Di Bandar Udara Yogyakarta Internasional Airport*. Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Jakarta : Salemba Empat.
- Sembiring, R. W. B., Sembiring, R., & Sihombing, N. S. (2022). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kesehatan Kota Binjai. *Jurnal Prointegrita*, 6(3), 47–59.
- Siregar, I. N. P., Selvy, S., Gurning, H. R., & Angga, E. (2019). Pengaruh Rekrutmen Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Budi Raya Perkasa. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 71–80.

- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian : Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi Spss Versi 17* (1st ed.). Jakarta : Rajawali Pers.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniwati, I., Hidayatulloh, A. N., HM, I., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(6), 947–967.
- Wahyuni, V. (2022). Validity and Reliability of Mathematical Communication Ability Test Instruments Relation and Function Materials. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 5(1), 89–99.
- Waspodo, A. A., Handayani, N. C., & Paramita, W. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Pada Karyawan PT. Unitex Dibogor. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(1), 97–115.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Di Riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara*, 12–188.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472–481, 4(1), 472–481.
- Zahara, R., & Sembiring, N. (2020). Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224–231.