

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanti, A., & Abubakar, A. H. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kecantikan melalui e-commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 17(2), 239–248. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i2.42375>
- Amin, M., Putri, D. O., Putra, A. F. P., Wati, N. M., & Asmoro, A. Y. (2023). Peran Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mendorong Keputusan Pembelian Sabun Pencuci Piring Merek “Sama Cling.” *Journal of Industrial View*, 5(2), 1–11.
- Amiruddin, K., Astuti, A. R. T., & Mujahidin. (2024). The Impact of Word of Mouth and Customer Satisfaction on Purchase Decisions: The Role of Maslahah as an Intervening Variable in the Cosmetic Products Industry in Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(7), 1525–1540. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4307>
- Aprianti, I., & Krismawati, J. P. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung Melalui Instagram. *JEMPER : Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 1, 50–57.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Depositifn : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Daga, R. (2019). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Issue May 2017).
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., Nugroho, M. A. S., Assery, S., Fajar, M. R. N. R. N., Kuswanto, N. M., Renaldy, F., Umam, M. K., Elyta, E. K., & Risdiyanti, F. D. (2023). Pilihan beli produk dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Penjualan terhadap Pilihan beli produk Konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis*, 1, 51–59.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations : Where Millennials end and Generation Z begins*. 1–7. <http://www.pewresearch.org/fact->

- tank/2019/01/17/whereDing, B. (2024). Artificial intelligence technology drives brand image depositfn and promotion strategies of cultural and creative products. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns.2023.2.01040>
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific (Riset pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Fathorrahman, Ainun, M. B., Liyanto, & Minullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 160–170.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25 (Edisi 9).
- Gonçalves, M. J. A., Oliveira, A., Abreu, A., & Mesquita, A. (2024). Social Networks and Digital Influencers in the Online Purchasing Decision Process. *Information (Switzerland)*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/info15100601>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Informasi Analysis (Sixth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hoo, W. C., Guodian, W., Wolor, C. W., Ling, Z., & Prompanyo, M. (2024). Relationship of Brand Image, Trust and Value on Purchase Intention of Hotels Using Online Technology in China. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 2413–2421. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i4.3768>
- Indah, D. R., Afaia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline (Riset Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

- Irvan, M., & Marwati, S. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek dan Ekuitas Merek Terhadap Pilihan beli produk Online (Pengguna Shopee di Surakarta). *Edunomika*, 06(01), 444–453.
- Khater, E. S. G., Bahnasawy, A. H., Abd El-All, M. H., Mustafa, H. M. M., & Mousa, A. M. (2024). Effect of drying system, layer thickness and drying temperature on the drying parameters, product quality, energy consumption and cost of the marjoram leaves. *Scientific Reports*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-55007-7>
- Kotler, P., Keller, K. L., Tan, C. T., Ang, S. H., & Leong, S. M. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Strategy Cita Semesta.
- Li, Y. F., & Lin, F. S. (2024). Exploring Depositifn Strategies for Cultivating Sustainability and Enhancing Brand Image in Personal Care Product Brands. *Sustainability (Switzerland)*, 16(6). <https://doi.org/10.3390/su16062476>
- Ma'ruf, N., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Mutu barang, Inovasi Produk, Representasi milik merek dan Digital Marketing Terhadap Pilihan beli produk. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1–17.
- Mandung, F., & Hasan, S. (2023). *Buku Referensi Manajemen Pemasaran*. Eureka Media Aksara.
- Milheiro, A. B., Sousa, B. B., Ribeiro Santos, V., Milheiro, C. B., & Vilhena, E. (2024). Understanding the Role of Brand Attachment in the Automotive Luxury Brand Segment. *Administrative Sciences*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/admsci14060119>
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.
- Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis Informasi Kuantitatif (Tes Item soal, Tes Asumsi Dasar, Tes Korelasi dan Regresi Linier Multivariat)*.

- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Pilihan beli produk pada Bisnis online Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Jurnal Ecobisma*, 7(1), 43–53.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Ef Press Digimedia.
- Noor, Z. Z. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Plotkina, D., Rabeson, L., & Bambauer-Sachse, S. (2025). The role of green brand image in explaining European consumers' reactions to different types of sustainable packaging. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104228>
- Prastyorini, J., & Fauziyyah, H. B. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Scopindo Media Pustaka.
- Rahmadhini, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Merek Asus di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 216–224.
- Rahmi, C., Nabawi, F. R., Azzahra, L. F., & Rajabi, J. A. (2024). Pengaruh Tingkat Ketertarikan Brand Lokal Jakcloth dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Nasional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 54–60.
- Ramza, N. R., Wibowo, S. F., & Fawaiq, M. (2024). Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Produk Fashion Lokal Brand Jiniso. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 2720–2733.
- Renaldi, R., & Arnu, A. P. (2022). Peranan Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Gen Z Memilih Memanfaatkan OVO. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 5(2), 131–145. <https://doi.org/10.32500/jematech.v5i2.1895>
- Saputro, A. an. W., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 646–651. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.515>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business : A Skill Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons. www.wileypluslearningspace.com
- Sitohang, G. P., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian produk Kosmetik Emina Di Kota Batam. *Jurnal Wahana Ekonomika*, 21(3), 419–428. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education Limited. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Sugiyono. (2019). *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian produk Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME : Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Suvittawat, A. (2024). Investigating Farmers' Perceptions of Drone Technology in Thailand: Exploring Expectations, Product Quality, Perceived Value, and Adoption in Agriculture. *Agriculture (Switzerland)*, 14(12). <https://doi.org/10.3390/agriculture14122183>
- Triyadi, Wijayanti, K. D., & Safiih, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Kewpie Salad Dressing pada PT. Kewpie Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 129–136.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian produk Sepatu Specs (Riset Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Wibowo, F. N., Anisa, N. N., & Wulansari, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Kopi Kenangan di Purwokerto. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 93–100.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2020). *Keputusan Pembelian produk Konsumen* (Vol. 7, Issue 2).

Zha, W., Wu, Z., Tan, J., Chen, Y., Fu, Y., & Xu, Z. (2024). Integrated Pricing and Inventory Decisions for Product Quality-Driven Extended Warranty Services. *Sustainability* (Switzerland), 16(20).
<https://doi.org/10.3390/su16208769>