

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Nugraha, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Loyalty dengan Value Consciousness dan Brand Consciousness Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi*, 2(1), 133.
- ANDHIKA PATRA ADYGUNA. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA, BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA INDIHOME DI UNIVERSITAS HASANUDDIN. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2), 1–4.
- Anggraini, M. S. (2021). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MS GLOW CABANG DI KLATEN*. 6.
- Annung Purwati, M. M. C. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
- Avito Fasaputro. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Moeda Coffee Di Kota Bekasi*. November 22–31.
- Bagus Yunianto Wibowo, Riyadi, Saptianing, P. W. (2023). *The Influence of Influencer Endorsement and Brand Image on Purchasing Intentions Gen Y And Z*. 02(01), 156–168.
- Berliana Dwi Sandra, Moch. Munir Rachman, S. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 82–86.
- Daffa, S. M., & Kusumahadi, K. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Pada Mahasiswa Di Kota Bandung*. 10(2), 775–782.
- Davina Vania Mardhiah, T. W. (2023). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA INFLUENCER ON BRAND ATTITUDE AND PURCHASE INTENTON: INCOME LEVEL AND AGE AS. *Community Practitioner*, 20(11), 214–230. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10279111>
- Dewi Fadila, Zakaria Wahab, Inurhadi, M. W. (2021). How to Cite The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182–189.
- DITA HEGA MADANI. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brand Erigo Di Marketplace Tokopedia*. 2(30), 1–17.
- Ernawati, D. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>

- Hasna Suryani Juarsah, M. E. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. 5(2), 385–405. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Irfan, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Moeda Coffee Di Kota Bekasi - Dalam bentuk buku karya ilmiah*. September 1–22.
- Istiqomah, Zainul Hidayat, A. jariah. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Khoirun Nisa Bahri, R. K. (2023). The Influence of Instagram, Brand Image, and Price on Online Purchase Decisions Khoirun. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 6(1), 79–93. <https://doi.org/10.32535/apjme.v6i1.1654>
- Nahari, A. Y. R. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @ERIGO.STORE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO. *Commercium*, 05, 20–30.
- Natalia Ririn Furadantin. (2018). *ANALISIS DATA MENGGUNAKAN APLIKASI SMARTPLS V.3.2.7 2018*. 2.
- Nur Ajjah, Dwi Harini, S. B. R. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Paramita, G. V. (2010). STUDI KASUS PERBEDAAN KARAKTERISTIK MAHASISWA DI UNIVERSITAS ‘X’-INDONESIA DENGAN. *Humaniora*, 1(2), 629. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2904>
- Purnamawati, I. . P. S., Wianto Putra, I. M., & Wahyuni, N. M. (2022). The Effect of Brand Image on Online Purchase Decision with Mediation Word of Mouth on Fashion Products in Denpasar-Bali Province. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 90–98. <https://doi.org/10.22225/jj.9.1.2022.90-98>
- Putri Jelita, Friska Apriliana, V. F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Al-Multazim Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 68–79.
- Rahmad Solling Hamid, S. M. A. (2019). Structural Equation Modeling (SEM). In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Siregar, A. P., Tannady, H., Jusman, I. A., Cakranegara, P. A., & Arifin, M. S. (2022). Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re.Juve. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2657–2665. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/download/1023/676>

- Sudarmanto, E., Nurhidayat, N., Jariono, G., Kurniawan, A. T., & Anisa, M. N. (2021). Penggunaan Aplikasi Schoology dalam Pembelajaran Ditinjau dari Motivasi Belajar Mahasiswa (Studi Empiris pada Mahasiswa POR UMS). *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 344–352. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v7i3.1319>
- Umar Bakti, Hairudin, Maria Septijantini, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung Oleh. *PT Indeks Kelompok Gramedia, 1*(Cara memanager pemasaran), 1.
- Wahyu Putri, H. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 346–363. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>
- Wiwin Inriani Lamasi, S. S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(2), 67–73. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>