

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. E. 2022 “Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian *Sunscreen* Azarine di Yogyakarta
- Anggraini, Linda Putri. 2020. “Pengaruh *Brand* Trust, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Minum Le Minerale.” *Jom Faperta* 3(2): 1–9.
- Chrisjunian, C., Gultom, R., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 33–43. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.948>. diakses pada 02 Februari 2024
- çimen, sabri, Faiz Albar Nasution, and Mokhammad Samsul Arif. 2020. “Pengaruh harga, citra merek (BARND IMAGE) dan promosi terhadap keputusan pembelian Smartphone merek Oppo di kalangan Mahasiswa Febi UIN AR-Raniray Banda Aceh.” *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 12(2):6. <https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>. diakses pada 12 Februari 2024
- Effendi, Zufar Rafif, Endri Sentosa, and Nursina. 2022. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok.” *Ikraith-Ekonomika* 5(1): 31–38.
- Fadhillah, Ulva, Program Studi, Sarjana Terapan, Bisnis Digital, Jurusan Administrasi Niaga, and Politeknik Negeri Bengkalis. 2024. SKRIPSI Pengaruh Penerapan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet whitening.
- Faramita Dwitama. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, *Brand* Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 2166–2171. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.411>. Diakses pada 22 Februari 2024
- Inggasari, S.M, & Hartati, R (2022) Pengaruh celebrity endorse, *Brand* image, dan *Brand* trust terhadap keputusan pembelian produk scarlet whitening. *Cakwanga Bisnis*, 3(1). 1-12
- Kotler, Pendapat. 2016. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Calzone Express Cabang Klitren.” (2): 1–
- Nazwah Irawan, S., & Saputra, F. (2023). Analysis of the Influence of *Brand* Image, Halal Label, and Consumer Reviews of Purchase Decisions

Wardah Cosmetic Products. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2), 534–547. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.203>. Diakses pada 5 Maret 2024

- Ndruru, M.W., Karim, A., dan Tampubolon, H. 2025. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Perilaku Konsumen sebagai Variabel Intervening. *YUME: Journal of Management*, 8(1): 446–454.
- Pasha Ashari, A., Hardiyono, H., Fadilah Aswar, N., & Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3, 18–32.
- Seran, Renyarosari Bano, Elia Sundari, and Muinah Fadhila. 2023. “Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen.” *Jurnal Mirai Management* 8(1): 206–11.
- Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>. Diakses pada 13 Maret 2024
- Soetanto, James Prabowo, Fanny Septina, and Timotius Febry. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu.” *Performa* 5(1): 63–71. doi:10.37715/jp.v5i1.1303
- Sudirjo, F., Luh Komang Candra Dewi, Elizabeth, Fahrina Mustafa, & Sonny Santosa. (2023). Analysis Of The Influence Of Consumer Behavior, Product Attributes And Brand Image On Purchasing Decisions Of Pharmaceutical Industry Products Consumers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2432–2437. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1648>. Diakses pada 21 Maret 2024
- Upbatam, I., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>. diakses pada 26 Maret 2024