

DAFTAR PUSTAKA

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74-90.
(<https://ejournal.upi.edu/Index.php/gastur/article/download/3626/2591>)
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).
- Bahari, A. F., Basalamah, J., Murfat, M. Z., Hasan, A., & Basalamah, A. (2020). *Customer value, brand image and promotion; analysis of purchasing decisions (Case of silk fabrication)*. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6382-6386.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). *Pearson Education Limited*.
- Dema, F. U. H., & Rokhman, N. (2021). Pengaruh. Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Fahrezi, A., & Sukaesih, U. (2023, May). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). In Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK) (Vol. 2, pp. 189-199).
- Gea, S., Daulay, M. S. I. M., & Pakpahan, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Scarlet *Whitening* (Studi Kasus di Toko Putri Kosmetik). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 160-172.
- Hidayat, R., Menhard, M., Charli, C. O., Masnum, A., & Hartoyo, B. (2023). *Determination Purchase Intention and Purchase Decision: Brand Image and Promotion Analysis (Marketing Management Literature Review)*. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, 4(1).

- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Jelatu, H. (2023). Pendapatan Usaha Dipengaruhi Oleh Perilaku Kewirausahaan Dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 1(1), 32-38.
- Khafidin, K. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, A., & Putri, M. D. (2022). "Peran Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen di Era Digital". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 7(2), 115-124.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *MKTG Principles of Marketing* (13th ed.). Cengage Learning.
- Mardianto, D. (2022). 4.2 Bauran Pemasaran Jasa. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*, 45.
- Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2021). *The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store)*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3), 1769-1780.
- Nugroho, A., & Susanto, T. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek pada Produk Makanan Ringan Lokal. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(1), 22–34.
- Prasetyo, B., & Ihalauw, J. J. O. I. (2023). *Perilaku konsumen dalam era digital*. Andi Offset. diakses pada 20 Maret 2025
- Puspitasari, E., Syuro, Z. V. L., Awaluh, N. N., & Purnamasari, P. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Brand Skintific. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1).

- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi*. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Sipahutar, A. W. G. R., Surbakti, E. Y., & Hasibuan, A. S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare Somethinc* (Studi Kasus Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 93-99.
- Sofian, S. R. A., & Handayani, R. A. D. (2022). Analisis Korelasi Curah Hujan dan Produktivitas Tanaman Hasil Pertanian Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Mipa*, 12(2), 287-293.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanty, A., & Siregar, E. (2021). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 45–59.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2021). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Taherdoost, H. (2022). Sampling Methods in Research Methodology: How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 11(1), 23-34.
- Vanni, K. M., & Nadan, V. S. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 237-248.
- Wijaya, A., & Cahyono, A. (2022). *Jurnal Manajemen Modern*, 6(3), 120–132.
- Yanti, T. U., & Lu, C. L. C. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Platform TikTok (Studi Pada Pengguna Produk Skintific di Kota Bandung)*. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 6(2), 343-354.