

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTIK YULIA GRACE. 4.
- Agustiningrum, T. D. (2016). FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG.
- Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Layla, A. A., & Harahap, D. A. (2017). Effect of Price and Product Completeness to Consumer Purchase Decision at Tokopedia.com: Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship, 34–37. <https://doi.org/10.5220/0007114300340037>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ANGKRINGAN NINETEEN. 1(10), 1428.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). PERAN BRAND IMAGE MEMEDIASI PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i08.p20>
- bob foster. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1). <https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>
- Dohu, T. (2018). Strategi Komunikasi dalam Pengambilan Keputusan Kepemimpinan Kolektif pada Pencalonan Pilkada Kupang 2017. *Jurnal Kajian Media*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jkm.v2i1.839>
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas JBB layanan terhadap keputusan pembelian 5, 1 nasabah Bank Mandiri Surabaya. 160.
- Faisal, M., & Arief, A. M. R. (2017). PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI PAKET WISATA DI PT. URBANITAS TOUR AND TRAVEL PEKANBARU RIAU. 4(2).
- Gunawan, S. (2015). The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl's Junior. 3(2).
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA. 06.

- Hartono, A. (2015). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.
- Hasanah, U., & Giyartiningrum, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skin Care MS GLOW. *Journal Competency of Business*, 5(02), 155–172. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1100>
- Hendarwati, P., & Syarifudin, A. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba. 8.
- Iman, T. (2017). Pengaruh Brand Equity dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro di Kota Bandung. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2), 253–265. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i2.227>
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). pengaruh harga dan promosi Grab terhadap Brand Image yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pengguna transportasi berbasis online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381-390.
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Mandey, J. B. (2013). PROMOSI, DISTRIBUSI, HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA PROMILD. 96.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen YOU Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476-490.
- Maulana, M. I. N. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ARTFRESH. *PERFORMA*, 5(6), 512–521. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i6.1854>
- Mubarok, M. M. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK JETIS SIDOARJO DIMEDIASI OLEH MINAT BELI [Preprint]. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/sdrf5>
- Mutiara, I. (2018). PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KECANTIKAN KOREA. 17(2).
- Njoto, D. P. (2018). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK. 3, 613.

- Nurchaya, I. K. (2015). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CLEAR SHAMPOO DI KOTA DENPASAR. 4(11).
- Prakoso, W. G. (2014). ANALISIS SIKAP PEMIRSA TERHADAP IKLAN INTERNET SERVICE PROVIDER SMARTFREN DI TELEVISI. *Manajemen Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.22219/jmb.v3i1.1712>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. 2(2), 158.
- Priyanti, Y., Susanti, F., & Aziz, N. (2017). MINAT BELI KONSUMEN TOKO SEPATU BATA DIPASAR RAYA PADANG DILIHAT DARI SIKAP DAN IKLAN. *JURNAL PUNDI*, 1(2). <https://doi.org/10.31575/jp.v1i2.17>
- Pura, M. P., & Madiawati, P. N. (2021). PENGARUH PROMOTION MIX DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE DENGAN PERILAKU KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 204. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.752>
- Purnamasari, S. (2016). Pada Universitas Negeri Semarang. 2016.
- Qazzafi, S. (2019). CONSUMER BUYING DECISION PROCESS TOWARD PRODUCTS. 2(5).
- Rafi Athallah Majid, E. S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora Premium Care Grand Galaxy. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7174162>
- Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. 7(2).
- Samosir, B. A., & Wartini, S. (2017). PENGARUH IKLAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SIKAP KONSUMEN.
- Saputri, A., & Wijaya, A. (2023). Pengaturan Mini Baner, Brosur, Dan Spanduk Sebagai Media Promosi. 33.
- Sia, I. E. A., Yani, N. W. M. S. A., & Susanti, L. E. (2023). Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(1), 235. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i1.297>
- SIDIK PRIADANA, D. S. (2021). Metode penelitian kuantitatif. Pascal Books.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Subianto, T. (2017). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.

- Sulistyo, B. A., & Maftukhah, I. (2016). ANALISIS PENGARUH PERPINDAHAN MEREK MELALUI HARGA, IKLAN, DAN KETIDAKPUASAN KONSUMEN. 97.
- Triana, D., & Hidayat, R. (2023). Analisis Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Antara Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiaomi di Yogyakarta). *Jurnal Economina*, 2(2), 586-601.
- Utamayasa, K. N., & Wiagustini, N. L. P. (n.d.). PENENTUAN PORTOFOLIO OPTIMAL DENGAN MENGGUNAKAN MODEL INDEKS TUNGGAL PADA SAHAM PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA. 5(6).
- Wahyuni, S., & Laily, N. (2017). PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG THE LEGEND WATERPARK. 6.
- Wardana, I. M., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL KEPERILAKUAN, TERHADAP NIAT SISWA SMK DI KOTA DENPASAR UNTUK MENJADI WIRAUSAHA.
- Yanto, A. F. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Seluler Indosat. *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.31942/akses.v13i1.3229>