

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, D. S. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yakult*. Diana Sarah Ahsan. 1–19.
- Artameviah, R. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi pada Konsumen Shopee di Jakarta). (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*), 32–41. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/8700>
- Astutik, V. P., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek , dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms. Glow (Studi Kasus pada konsumen produk Skincare MS. GLOW di Kota Semarang). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1065. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.581>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/72/86>
- Erri, D., Lestari, A. P. L., & Asymar, H. H. (2021). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada pt melzer global sejahtera jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Fouratama, F. (2018). *pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 207-215.
- Hera, T., & Elvandari, E. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Explicit Instruction Pada Pembelajaran Tari Daerah Sebagai Dasar Keterampilan Menari Tradisi. *Jurnal Sitakara*, 6(1), 40–54. <https://doi.org/10.31851/sitakara.v6i1.5286>
- Kriskaritta Novena, V. (2013). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan kunjungan konsumen pariwisata (studi pada objek wisata umbul sidomukti, kabupaten semarang). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 22. <http://eprints.undip.ac.id/40122/1/NOVENA.pdf>
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian mobil toyota pada pt . Hasjrat abadi manado cabang tendean. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515–525. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/10916/10506>
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1),

59–75. <https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>

- Makrufah, I. A. (2017). Pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi pada konsumen di outlet toserba laris kartasura). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Melyza, A., & Aguss, R. M. (2021). Persepsi Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Pandemi Covid-19. *Journal Of Physical Education*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.33365/joupe.v2i1.950>
- Nuha, muh saifin. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 6.
- Perdana, petrus hari. (2018). Perancangan media promosi waroeng makan kalkoen sebagai upaya meningkatkan brand recognition. *Doctoral Dissertation, Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya*. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2821/>
- Priyono, B. H., Qomariah, N., & Winahyu, P. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Guru Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Guru Sman 1 Tanggul Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 144. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1758>
- Putra, A. G. (2018). Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pt. Yhs Indonesia Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Yeo's Cincau Pada Masa Pandemic Covid-19. *Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia*, 3(1), 10–27. [file:///C:/Users/acer/Downloads/UNIKOM_41817147_Andyka Ghany Putra_Bab 2_pdf.pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/UNIKOM_41817147_Andyka%20Ghany%20Putra_Bab%202_pdf.pdf)
- Rahayuningtias, P. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Kosmetik Ms Glow (Studi pada Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*, 158. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/31736>
- Sanjaya, S. (2015). pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada pt. sinar sosro medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015 ISSN: 1693-7619 (Print)*, 16(02), 108–122.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi,

- Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Soedewo, S., & Esti, E. A. J. (2018). PENGARUH STRATEGI PROMOTION MIX TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PENGGUNA PASTAGIGI. *Manajemen Dan Bisnis Jurnal*, 4, 1–11.
- Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Suri, A., & Asmara, m. aloan asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Ulantika, M., & Elpanso, E. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada PT . Sinar Niaga Sejahtera. *Mirai Management*, 7(2), 130–140.
- Weenas, jackson R. . (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(April), 138–145. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>
- Zaharani, E., Nurainun, Ramadhany, D. T., Iqramullah, N., & Syamsuri, A. R. (2021). Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Basic Wajah Ms.Glow. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 215–224.