

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A. F. E., & Maolana, A. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota Di Jepara Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Agustina, T. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada *E-Commerce Jd.Id* (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Pakuan). Universitas Pakuan.
- Akakip, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09.
- Akbar, M. H., & Ferdinand, A. T. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Kafe Five Points Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 4.
- Aleron, B., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna jasa Ekspedisi J&T Express yang dimoderasi oleh Garansi (studi kasus pada pengguna jasa ekspedisi J&T Express Kota Surabaya). *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4, 375–385.
- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak *Brand Image*, *Brand Equity* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(1), 406-413.
- Alpian, D. R., & Rokhaminawanti, E. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada UMKM Broy. *All Science Journals*, 2(2), 147–159.
- Anjani, A. (2017). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Lipstik Revlon (Studi Kasus Konsumen Lipstik Revlon Di Yogyakarta). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(10), 1419–1430.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Warga

Kelurahan Penanggunggon Konsumen Produk Aqua di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 44.

Asdariant, M. A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Digital *Marketing* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Honda Makmur Motor Enrekang Di Kab. Enrekang. Institut Ilmu Sosial Dan Bisnis Andi Sapada.

Budiati, P. L., & Akhiria, T. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Jasa Konveksi Pada CV Anugerah Sandang Abadi Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1).

Budihardja, L., & Sitingjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>

Dilasari, Y. S. R., & Zubadi, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store Di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*.

Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Jurnal Ecodemica*, 1(2).

Farid, F., & Yusuf, Y. (2023). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Ayam Petelur. *Business Management*, 1(2).

Fauziyah, S. (2016). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen Pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)*, 3(2).

Gozali, L., Olivia, E., Juyanto, J., Tiffany, L., Hardinanerl, V. M., Hede, M. B., & Mawartini, F. (2022). Pelatihan Kewirausahaan untuk Pengembangan Kurikulum kepada Peserta Didik SMK Triguna 1956 Jakarta Selatan. *PROSIDING SERINA*, 2(1), 837–844.

Guntara, S. P. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru. Universitas Islam Riau.

Halim, E. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Menjadikan *Brand La Classique* Tidak Dikenal. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2, 419–427.

Hardieka, N. F. (2018). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Kosmetik Maybelline (*Studi Pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik Maybelline di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*). Universitas Brawijaya Malang.

- Haryeni, H., Agus, T., & Yendra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image* Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Tri. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 18–27. <https://doi.org/10.47233/jeps.v2i1.58>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Endorse*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kurniati, K. (2020). Pengaruh Pengawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi Pada PT.Sari Lembah Subur. Universitas Islam Riau.
- Kusnadi, Y., & Mutoharoh. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Paradigma*, XVIII(2), 89–101.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W., & Rogi, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babeeshopp Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i1.1251>
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11, 542–550.
- Maspeke, R. R., Pioh, N., & Undap, G. (2017). Manajemen Dana Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan Di Desa Doloduo Kecamatan Dumoga Barat Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 2(2).
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, P. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di *e-Commerce*. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108–123.
- Mirawati, E. (2021). Pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian masyarakat pada WYD (*Wear Your Design*) *Distro Palangka Raya*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Muhammad, Z., Marpaung, M., & Annisa. (2020). Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Media Communication* Terhadap Minat Memilih Produk Bni Syariah Medan. *BILAL: Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1, 14–24.

- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Musa, M. I. (2017). Pengaruh Esensi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix*, 5.
- Musfiroh, I. (2019). Pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kota Malang. Universitas Negeri Islam (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Namira, N. (2016). Pengaruh Variabel Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smoothies (Studi Pada Konsumen Smoothies Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1).
- Nangoy, S., Mandey, S. L., & Kawet, L. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Store Manado *Town Square*). *Jurnal Ilmiah Society*, 1(24), 5.
- Nasution, C. F. & Robert Kristaung. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan promosi penjualan terhadap Keputusan Pembelian Online (studi kasus *cosmetics Brand Mother Of Pearl*). *Ekonomi Digital*, 1(2), 131–140. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.15>
- Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis Baru dalam Berwirausaha. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 3(3), 163. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i3.164>
- Nurfadila, N., Sutomo, M., & Asriadi, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Merek Honda. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(3), 319–332. <https://doi.org/10.22487/jimut.v1i3.33>
- Nurhafizah, R. (2021). *Analisis Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli Air Mineral Merek Oasis di Cileungsi*. Universitas Pakuan.
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>
- Prasetio, R., & Laturette, K. (2017). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada bisnis chepito tour & travel. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(3), 332–341.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).

- Putri, S. E. (2014). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Promosi (*Promotional mix*) pada Matahari *Department Store* Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 45–54. <https://doi.org/10.33369/insight.9.1.45-54>
- Regar, A. B., Baroleh, J. ., & Rengkung, L. R. (2016). Karakteristik Konsumen Produk Roti Cella Bakery Dan Holland Bakery Di Manado. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 11(3A), 57. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.11.3A.2015.10536>
- Roesdiono, E., & Firdaus, A. S. (2023). Dampak Strategi *Branding* terhadap Keputusan Pembelian *Dans Butter*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 21421–21429.
- Sari, W. Y. T. B., Kumadji, S., & Latief, W. A. (2013). Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Mahasiswa SI Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2009/2010 Pengguna Handphone Nokia). Universitas Brawijaya.
- Sari, Y. P. (2019). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta Di Kota Bengkulu. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu.
- Siswanto, E. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Di Toko Mourish Shoplist Tulungagung. *Jurnal Economina*, 2(7), 1816–1828. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.680>
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Pemasaran Ekonomi Kreatif Kuliner Minuman Boba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457–468. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4>
- Syahroni, M. (2021). *Peran Enjoyment, Trust, Dan Kualitas Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Game Online Dengan Limited Edition Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas jember.
- Syamsuddin. (2017). Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(1). <https://doi.org/10.24252/idaarah.v1i1.4084>
- Syarif, K. (2018). Analisis *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Survei Konsumen di Kota Bogor. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 2(1), 14–23.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital *marketing* dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>

- Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2018). Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Koperasi Serba USAha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).
- Wirdaini, M. (2018). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Promosi Dan *Word Of Mouth* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Toko Online Muslimarket. Com Di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Sumber*, 127(2016/412), 412.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.

