

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Hani Hasan. 2017. "Penerapan Economic Order Quantity (EOQ) Pada PT Perkebunan Nusantara VIII." *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 6(2): 86–98.
- Adabi, Nadhril. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok." *Manajemen* 12 No.1(1): 32–39.  
<https://doi.org/10.47313/oikonomia.v17i1.1241>
- Adila, Sofia Nura, and Nazaruddin Aziz. 2019. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang." *OSF Preprint*: 1–16. <https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Alfajri, Aldy. 2018. "Hubungan Strategi Promosi Dengan Keputusan Pembelian Gadget." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 6(3): 418–24.
- Alfian B.(2012: 26). 2021. "Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek." : 9–32.  
[http://repository.stei.ac.id/4134/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4134/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/4134/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4134/3/BAB%20II.pdf).
- Amalia, Nur. 2019. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6(2): 96–104.  
<https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>

- Amelisah, and Inti Ulfi Sholichah. 2021. “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dana Investasi Pada Asuransi Syariah.” *Madani Syariah* 4(2): 28–41. <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/view/255>.
- Apriando, Joni Putra, Harry Soesanto, and Farida Indriani. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 Di Kota Semarang).” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* 18(2): 166–83. <https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.166-183>
- Ariella, Rizqullah Irfan. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3(2): 215–21. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.304>
- Armayanti, Amelia Septia. 2019. “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Di Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *E-Proceeding of Management* 6(1): 131–38.
- Arrias, Julio Césas, Diana Alvarado, and Manuel Calderón. 2019. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.” : 5–10.

- Arsyam, Muhammad, S I Pd, and M Pd. 2020. "MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM ( Bahan Ajar Mahasiswa ) Disusun Oleh KOTA MAKASSAR." <https://doi.org/10.31219/osf.io/9zx47>
- Batee, Maria Magdalena. 2019. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2(2): 313–24. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Bintang Arbina Swari, Dewa Ayu Ketut, and Gede Sri Darma. 2019. "Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media Dan Electronic Word of Mouth." *Jurnal Manajemen Bisnis* 16(4): 145. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2256>
- Cahyono, Agus Adi. 2021. "Analisis Efektivitas Pembelajaran Daring Berbasis Grup WhatsApp Pada Mata Pelajaran Pemrograman Dasar Di SMKN Kebonagung." : 1.
- Dan, Harga, Promosi Terhadap, and Keputusan Pembelian. 2020. "SMARTPHONE SAMSUNG DI MAKASSAR." 3: 18–32.
- Dewi, Ni Made Puspita, Gusti Ayu Imbayani, and Pande Ketut Ribek. 2021. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth Pada Givanda Store Denpasar." *Jurnal Emas* Vol. 2 No(ISSN: 2774-3020): 1–15. [www.validnews.id](http://www.validnews.id), <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.846>
- Dewi, nia safitri, and rokh eddy Prabowo. 2018. ""Performa Kualitas Produk,

Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang).” *prosiding SENDI\_U 2018* (2016): 711.

Dicky Darmajaya, Ida Bagus, and Tjok Gede Raka Sukawati. 2018. “Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7(12): 6931. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i12.p01>

Dwiyono, Prysmadana. 2018. “Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly).” *Universitas Muhammadiyah Malang* 51(1): 51. [http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%20II.pdf).

Ekonomi, Fakultas, and Universitas Muhammadiyah. 2018. “Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember Hal 149-160 2018.” : 149–60.

Ezry, Fanuel et al. 2019. “PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI “ IVORIE ’ S CAKE ”.”

Fahmi, Idham. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(5): 565–72. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>

Fauzi, Firman. 2020. “Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup

Terhadap Keputusan Pembelian Batik.” *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic* 11(1): 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>

Handikarsa, Rirra Hayuning, Innawati Jusuf, and Andrew Johan. 2018. “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Gejala Depresi Mahasiswa Kedokteran (Studi Pada Mahasiswa Kedokteran Tingkat Akhir Yang Menggunakan Kurikulum Modul Terintegrasi).” *Diponegoro Medical Journal (Jurnal Kedokteran Diponegoro)* 7(2): 919–34.

Harahap, Wahfiuddin Rahmad. 2021. “Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan.” *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)* 6(1): 103. <https://doi.org/10.30829/jipi.v6i1.9314>

Hasanuddin, Maulana Rajab, N. Rachma, and Budi Wahono. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang).” *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9(11): 39–53.

Himawati, Ditiya, and Mu’minatus Fitriati Firdaus. 2021. “Pengaruh Word of Mouth Dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan Di Jabodetabek.” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 4(3): 424–36. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>

Hutagaol, Cristina Dora. 2018. “Masalah, Latar Belakang.” (2015).

- I. Maslakhah, Sutopo. 2017. “Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA).” *Diponegoro Journal of Management* 6(4): 1–15.
- Ike Atikah Ratnamulyani dan Beddy Iriawan Maksudi. 2018. “The Role of Social Media in the Improvement of Selected Participation of Students Based on Students in Bogor Regency.” *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* 20(2): 154–61.
- Indriyani, Ratih, and Atita Suri. 2020. “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.” 14(1): 25–34.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Inriani, Wiwin. 2022. “Research in Business & Social Science The Influence of Promotion , Product Quality and Brand Image towards Customer Purchase Decisions of Wardah Cosmetic Products.” 11(2): 67–73.  
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>
- Keputusan, Terhadap, and Pembelian Produk. 2021. “1 2 1,2 ).” 3(1): 46–56.  
<https://doi.org/10.51713/jarma.v3i1.59>
- Keysha, Al. 2019. “Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerima Pajak.” : 20–36.
- Kurniawan, Andrie, Devy Sofyanty, Faif Yusuf, and Faroman Syarief. 2022. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta.” 6(2): 2441–51. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3143>

Lestari, Sindi Bella, and Rahmiati Rahmiati. 2021. “Inventarisasi Produk Skincare Yang Beredar Di Media Sosial Instagram.” *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan* 3(3): 164–71. <http://jitrk.ppj.unp.ac.id/index.php/jitrk/article/view/77>.  
<https://doi.org/10.24036/.v3i3.77>

Lugra Augusta Pranawa, I Putu, and Agus Putu Abiyasa. 2019. “Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 16(4): 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>

Maria, Siti, Tommy Pusriadi, and Dio Darma. 2020. “The Effect of Social Media Marketing, Word of Mouth, and Effectiveness of Advertising on Brand Awareness and Intention to Buy.” *KnE Social Sciences* 19(2): 107–22. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i3.6373>

Maujud, Fathul. 2018. “Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam.” *Jurnal Penelitian Keislaman* 14(1): 30–50. <https://doi.org/10.20414/jpk.v14i1.490>

Maulidia, Ana, Apriatni Ep, and Bulan Prabawani. “( STUDI PADA KONSUMEN MUSTIKA RATU DI KOTA SEMARANG ) ”. X(I): 803–12.

Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. 2020. “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di

Kawasan G-Walk Surabaya.” *Pendidikan Tata Niaga* 9(1): 1097–1103.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.

NAILUFAR SUNU’AN. 2019. “Bab Ii Tinjauan Pustaka Citra Merek.”  
[https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB%20II%20SKRIPSI%20-%20SUNU%27AN%20NAILUFAR\\_3.pdf](https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB%20II%20SKRIPSI%20-%20SUNU%27AN%20NAILUFAR_3.pdf): 6–23.  
[https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB II SKRIPSI - SUNU%27AN NAILUFAR\\_3.pdf](https://digilib.sttkd.ac.id/1752/3/BAB%20II%20SKRIPSI%20-%20SUNU%27AN%20NAILUFAR_3.pdf).

Novia, Mirna Ayu, Baharuddin Semmaila, and Imaduddin Imaduddin. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Tata Kelola* 7(2): 201–12.  
<https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>

Nuvia Ningsih, Dwi, Candra Wahyu Hidayat, and Rusno Rusno. 2020. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli Garskin Yang Dimediasi Word of Mouth.” *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen* 6(1): 1–6.  
<https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>

Oktavenia, Kadek Ayuk Riska, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(3): 1374.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i03.p08>

Pane, Dewi Nurmasari,; Miftah El; Fikri, and Nurafrina Siregar. 2020. “Upaya Peningkatan Repurchase Intention Melalui Sosial Media Dan Word of Mouth



Terhadap Hotel Parbaba Beach Di Daerah Pariwisata Kabupaten Samosir.”

*Jurnal Manajemen Tools* 12(1): 12–20.

<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/865>.

Pembelian, Terhadap Keputusan. 2020. “1 2 1,2.” 9(5): 1962–82.

———. “No Title.” : 74–85.

<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p16>

Prabowo, Febri Indra, Yulianti Keke, and Bambang Istidjab. 2021. “Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15(2): 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>

Praktik, Teori, and H Rudy Haryanto. *BANK SYARIAH*.

Pratama, D. 2021. “Landasan Teori Variabel Intervening.” *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me: 1–9.

Pratama, Dian Wahyu, and Suryono Budi Santoso. 2018. “Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original.” 7: 1–11.

Pratama, Rizky Bagas. 2019. “Metodologi Penelitian.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 28–55.

Produk, Pengaruh Kualitas et al. “No Title.” (September 2022).

Produk, Pengaruh Kualitas, and Citra Merek Dan. 2022. “Pengaruh Kualitas

Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow.”

Rafiq, Ahmad. 2020. “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat.” *Global Komunika* 1(1): 18–29.

Sanjaya, Agung Satria. 2021. “Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty.” *Performa* 5(4): 272–78. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1780>

Saptutyingsih dan setyaningrum. 2019. “Metode Penelitian.” *Metoda penelitian*: 1–9. [http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB%20III.pdf).

Sari, Dila Komala, Arif Sugiono, and Prasetya Nugeraha. 2021. “Dampak Digitalisasi Terhadap Industri Skincare.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 4(1): 64–71. <https://doi.org/10.23960/jpb.v4i1.51>

Solihin, Dede. 2021. “The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers).” *International Journal of Social Science and Business* 5(2): 262–70. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>

Sugiyono. 2017. “BAB III Skala Likert.” *STIE PGRI Dewantara*: 17–31.

Supriyatna, Yuda. 2020. “Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon).” *Jurnal Sains Manajemen* 6(1): 36–50. <https://e->

[jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/2097](http://jurnal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/2097).

<https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>

Suryani, Ratna, and Gustio Bayu Adhitama. 2021. "Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Guyub Rukun Mart Banjarmasin, Banjarnegara." *Medikonis* 12(1): 26–37.  
<https://doi.org/10.52659/medikonis.v12i1.33>

Suwarsih, Natalia, Theresia Gunawan, and Istiharini Istiharini. 2021. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 4(2): 712–30.  
<https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.2043>

Syafrina, Nova. 2017. "Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Suka Fajar Pekanbaru." *Eko dan Bisnis:Riau Economic and Business Review* 4(8): 1–12. <https://ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/5>.

Tanady, Edi Sucipto, and Muhammad Fuad. 2020. "Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta." *Manajemen Pemasaran* 9(021): 113–23.

Terhadap, Merek, Keputusan Pembelian, Administrasi Bisnis, and Universitas Telkom. 2017. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom." : 81–94.

Wahjono Imam, Sentot. 2022. "Manajemen Dan Peran Manajer, Bahan Ajar

Manajemen.” (April).

Wahjono, Sentot Imam. 2022. “Manajemen Dan Peran Manajer.” (April): 1–20.

[https://www.researchgate.net/profile/Sentot-Wahjono-](https://www.researchgate.net/profile/Sentot-Wahjono-2/publication/359826922_MANAJEMEN_DAN_PERAN_MANAJER_BAHAN_AJAR_MANAJEMEN/links/625052eed726197cfd46d7ad/MANAJEMEN-DAN-PERAN-MANAJER-BAHAN-AJAR-MANAJEMEN.pdf)

[2/publication/359826922\\_MANAJEMEN\\_DAN\\_PERAN\\_MANAJER\\_BA](https://www.researchgate.net/profile/Sentot-Wahjono-2/publication/359826922_MANAJEMEN_DAN_PERAN_MANAJER_BAHAN_AJAR_MANAJEMEN/links/625052eed726197cfd46d7ad/MANAJEMEN-DAN-PERAN-MANAJER-BAHAN-AJAR-MANAJEMEN.pdf)

[HAN\\_AJAR\\_MANAJEMEN/links/625052eed726197cfd46d7ad/MANAJE](https://www.researchgate.net/profile/Sentot-Wahjono-2/publication/359826922_MANAJEMEN_DAN_PERAN_MANAJER_BAHAN_AJAR_MANAJEMEN/links/625052eed726197cfd46d7ad/MANAJEMEN-DAN-PERAN-MANAJER-BAHAN-AJAR-MANAJEMEN.pdf)

[MEN-DAN-PERAN-MANAJER-BAHAN-AJAR-MANAJEMEN.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sentot-Wahjono-2/publication/359826922_MANAJEMEN_DAN_PERAN_MANAJER_BAHAN_AJAR_MANAJEMEN/links/625052eed726197cfd46d7ad/MANAJEMEN-DAN-PERAN-MANAJER-BAHAN-AJAR-MANAJEMEN.pdf).

WHO. 2022. “No Title הענינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי.” *הארץ* (8.5.2017):

2003–5. [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders)

[disorders](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders).

Wibowo, Didik Usman, Edy Yulianto, and Sunarti. 2022. “Pengaruh Social Media

Marketing Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Kepuasan

Konsumen.” *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis* 16(1): 130–37.

<https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/2605>.

Willianti. 2020. “Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1.” *Bab Ii Kajian*

*Pustaka 2.1* 12(2004): 6–25.

Wulandari, Novi Tety. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Kelanjutan Niat Menggunakan Sosial Media Instagram & Facebook (Studi

Kasus : Pengguna Sosial Media Instagram & Facebook Di DIY).” *Paper*

*Knowledge . Toward a Media History of Documents*.