

DAFTAR PUSTAKA

- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Fraya, V. (2023). 3,452, Sedangkan Nilai T. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 5(2), 350–372.
- Hidayah, L. R., Rahmadiva, A. S., Shannen, S., & Pratista, T. A. (2022). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Jurnal VICIDI*, 12(1), 26–36. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v12i1.2934>
- Hudatama, B. I., Ngatno, & Nurseto, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Baru Indihome di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.36310>
- Novely, C. T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Live Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–9.
- Nur'aeni, & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 177–186. <http://repo.unand.ac.id/1742/1/skripsi.pdf>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek Dety Mulyanti. *Jurnal Ebismen*, 2(1), 240–245.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Yudiawan, M. (2022). Esensi Statistik Bagi Kebijakan Publik', ed. by In Media (Jakarta, 2014) adap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 815–823.

- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Oktavianzah, M. L., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). Effect of Brand Image and Advertisements on Consumer Decisions To Watch Marvel Studios Films and Dc Films in Palembang City. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 02(04), 102–112. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2019.2409>
- Pradita, S. O., & Sitio, A. (2020). the Impact of Brand Image and Service Quality on Buying Decisions and Its Implication on Consumer Satisfaction (Case Study At Pt Imi). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(3), 394–408. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v1i3.243>
- Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Pomosi dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12.
- Tia Chisca Anggraeni, Widjayanti, W., & Andra Bening Ibra Puspita. (2023). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.428>
- Gian, E. I., Alit Ksama Putra, I. B., Rahim Allibani, R., De Keizer H, H., Haryati, R., Dwi Novrina, P., & Fajar, F. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv Panyileukan Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 17(1), 1–8. <https://doi.org/10.56244/jimia.v17i1.681>
- Murtiasih, S., Hermana, B., & Febriani, W. (2021). The Effect of Marketing Communication on Brand Equity with Brand Image, Brand Trust, and Brand Loyalty as the Intervening Variables. *Journal of International Business Research and Marketing*, 7(1), 7–16. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849->

8558.2015.71.3001

- Rihayana, I. G., Salain, P. P. P., Rismawan, P. A. E., & Antari, N. K. M. (2021). THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(06), 342–350. <http://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3345>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang Rafi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.
- Bulu, D., Pramitasari, T. D., & Minullah. (2018). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Riski Pakan Burung Di Situbondo Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. 2(October 2017), 1687–1702.
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Chakti, A. G. R., & Saleh, N. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Pada Usaha

Percetakan Di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal E-Bussiness Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar*, 2(2), 34–47.
<https://doi.org/10.59903/ebussiness.v2i2.38>

Darsini, S., & Achmad, N. (2023). The Influence Of Promotion, Product Quality And Product Variety On Purchasing Decisions With Brand Image As An Intervening Variable For Herborist Product. *International Conference on Digital Advance Tourism, Management and Technology*, 1(2), 487–498.
<https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.110>

Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 801.

Gemilang, B., & Sutedjo, B. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Laptop ASUS Republic of Gamers). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 400–407.

Iwan, & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24.
<https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>

Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.

Lucy, I. S., Aisatun, N. F., & Ludina, R. N. A. P. (2022). Fungsi, Tujuan Dan Bentuk-Bentuk Promosi. *Dar El-Falah: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, Keagamaan, Dan Humaniora*, 1(2), 66–72.
<https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/Jurnal-Dar-El-Falah>

Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam.

JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 3(3), 3.

- Primaputra, R. Z., & Sudaryanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.