

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. A. (2020). PENGARUH HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada konsumen produk fashion replika). *Skripsi*, 76.
- Agung, A. F. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri). *Skripsi*, 112.
- Aisha, N. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Medan Iskandar Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Amalia, N. (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).  
<http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Anggraini, N., & dkk. (2020). PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK PRODUK RABBANI DI PALEMBANG. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1).  
<https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>

- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SMARTPHONE ADVAN (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*. Deepublish.
- Cahyaningtyas, C. A., & Budiarti, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA DIMEDIASI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER CAMILLE DI SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7).
- Deisy, M., & dkk. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler Di IT Center Manado. *Jurnal EMBA*, 6(4).
- Dewa, N. K. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat). *E-Jurnal Universitas Diponegoro*, 1.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER/BRAND AMBASADOR, HARGA DAN DESAIN PRODUK YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ONLINE SHOP SHOPEE (Studi Pada Konsumen Desstore

- Collection Serang Banten). *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1).
- Felicia, N. (2020). Studi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Untuk Kategori Produk Food. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.  
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6799>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1).
- Ferdinand, P. A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 5*.
- Fitri, I. (2017). *PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTRUSAN PEMBELIAN DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Di Kelurahan Mulya Asri Kabupaten Tulang Bawang Barat)*. 127.
- Fitria, E. (2018). ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat). *Jurnal Ecobisma*, 5(1).
- Fortuna, I. B. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK)*

AQUA Di Kota Bandar Lampung). *Skripsi*, 159.

<https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Habibah, U., & Sumiati. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BANGKALAN MADURA*. 1(1).

Hair, E. a. (2010). *Multivariate Data Analysis, (Seven Edition)*. Prentice Hall International.

Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS THROUGH BRAND TRUST AS MEDIATING VARIABLE. *Management Analysis Journal*, 11(5). <http://www.jardcs.org/abstract.php?id=1981>

Harahap, D. A., & dkk. (2018). Effect of Product Completeness and Price on Consumer Purchasing Decision in SMEs Market Medan. *Jurnal Manajemen*, XXII(01).

Hilal, S. (2014). Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam ( Telah Pemikiran Ibn Taimiyah ). *Asas*, 6(2).

Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2). <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>

Irmalisa, & dkk. (2016). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA DI SAMARINDA.

*Jurnal Manajemen*, 8(1).

Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2).

Kotler, Philip, dan Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th ed)*. Erlangga.

Kotler, Philip, dan Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (13th ed)*. Jilid 1. Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi Ketigabelas*.

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Pearson Prestice Hall.

Kurniawan, A., & dkk. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(2).

Latan, H. dan G. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Leksono, R. B., & Herwin. (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).

Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3).

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1).

M, A., & Ali, H. (2017). MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen*, XXI(3).

Majid, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEMPE BAROKAH DI KECAMATAN PAMOTAN KABUPATEN REMBANG JAWA TENGAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Skripsi*, 109.

Marpaung, F. K., & dkk. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1).  
<http://ejournal.lmiimedan.net>

Marvianta, Y. B. A., & Saputra, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian

Mobil Diecast. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6.

<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/3403%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/3403/2898>

Maulidya, D. (2020). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Kota Malang ). *Skripsi*, 124.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2).

Montolalu, N. A., & dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4).

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.

Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2).

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, IV(2).

- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Oktaviana, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Marcks Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wanita Yang Menggunakan Bedak Tabur Marcks Di DKI Jakarta). *Skripsi*, 106.  
<http://repository.fe.unj.ac.id/6323/7/Chapter V.pdf>
- Pradnyana, I. B. P., & Suryanata, I. G. N. P. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 10(1).  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i01.p05>
- Prasastiningtyas, T. R. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+CITRA+MEREK%2C+KUALITAS+PRODUK%2C+DAN+HARGA+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+KARTU+SELULER&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1667035783764&u=%23p%3DHRbQkBRcl9sJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+CITRA+MEREK%2C+KUALITAS+PRODUK%2C+DAN+HARGA+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+KARTU+SELULER&btnG=#d=gs_qabs&t=1667035783764&u=%23p%3DHRbQkBRcl9sJ)
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN



PEMBELIAN SCARLETT BODY WHITENING. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1).

Priansa, D. J. P. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.

Purnamasari, S., & Murwatiningsih, M. (2015). Brand Image sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur. *Management Analysis Journal*, 4(3).

Putra, I. G. W. S. C. (2021). EVALUASI PENGARUH PRODUCT QUALITY, PRODUCT INNOVATION DAN MARKETING PROMOTION TERHADAP BRAND IMAGE IKEA [Evaluation of the Influence of Product Quality, and Product Innovation Marketing Promotion for the IKEA Brand Image]. *Jurnal Digismantech*, 1(1).

<https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>

Rosmitha, S. N. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PAKET INTERNET DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung). *Skripsi*, 196.

S, N. L., & Ringgo, S. N. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Business Review*, 14(2).

- Sabrina, H. (2017). PENGARUH HARGA DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN LIFEBOY. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2).
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen*. C. V Andi Offset.
- Saputra, A. H. (2017). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAK KEPADA LOYALITAS PELANGGAN MOBILE DATA SERVICE PROVIDER SIMPATI (Survei Pada GraPARI Telkomsel Padjajaran, Bogor). *Skripsi*.  
<http://repository.fe.unj.ac.id/1549/7/Chapter5.pdf>
- Saraswati, A. R., & Rahyuda, K. (2017). BRAND IMAGE MEMEDIASI KUALITAS PRODUK DAN HARGA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE APPLE DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(6).
- Shihab, M. Q. (2009). *Tafsir Al-Mishbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Lentera Hati.
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2).
- Situmorang, I. L. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MEREK POND'S PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, 4(1).

- Soltani, M., & dkk. (2016). The effect of service quality on private brand image and purchase intention in the chain stores of ETKA. *World Scientific News*, 47(2). <http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-32bc3aac-65a5-49b6-9b9c-b297229f189f>
- Sudjatmika, F. V. (2017). PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM. *AGORA*, 17(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan Keempat*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods) dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. (2009). *Azas-azas Marketing*. Lyberty.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi.
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono, M. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata Di

Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Widiastuti, K., & Sunarti. (2017). PENGARUH PERSEPSI RESIKO, KUALITAS, HARGA, DAN NILAI KONSUMEN WANITA MUSLIM TERHADAP CITRA MEREK KOSMETIK BERLABEL HALAL (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1).

Yulianvera, D. A., & Ruknan, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada PT Cipta Asri Florist Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2).

Yulistiara, E. (2021). PENGARUH BRAND SCARLETT, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM DI ERA NEW NORMAL (Studi Pada Konsumen Scarlett di Kabupaten Pringsewu). *Skripsi*, 62.

Yurindera, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Motor Honda Beat Series. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 25(1).

<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/likuid/article/view/18971/pdf>

Yusuf, Q. (1997). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.