

DAFTAR RUJUKAN

- A B. Susanto, *Power Brandung* Membangun Merek Unggul. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen, 2004
- Amanah, Dita. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan,” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 2, no. 1, Maret, 2010. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>.
- Anggraeni, Dita Putri .Dkk. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 37, no. 1, Agustus 2016.
- Auliyana, Lina. “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang),” *Journal Business and Innovation Management* 2, no. 2. Februari, 2020. <https://doi.org/10.33752/bima.v2i2.140>.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2002.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Bogor: GUEPEDIA, 2021.
- Darmawan, Didit dkk. *Strategi Marketing Era 5.0*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Djatnika, Tjetjep. *Teori Keputusan Pembelian*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Dzulkharnain, Emylia, “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas *Shopie Martin* di Kabupaten Sidoarjo” *Iqrishadequity jurnal Manajemen* 1, no. 2, 2019. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.543>

- Engel, dkk, *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara, 1994.
- Ernawati, Diah. “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung”, *Jurnal Wawasan Manajemen* 7, no. 1, 2019. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>.
- Fahmi, Irham. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. t.t: C.V Penerbit Qiara Media, 2019
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen Sikap da Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Gujarati, Damodar N. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Gumilar, Ivan. *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. t.t.: Utamalab, 2007.
- Gustini, Sri dan Citra Lestari, “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Dealer Pd. Panca Motor Sekayu”, *Jurnal Manajemen Kompeten* 3, no. 2, Desember, 2020. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v3i2.175>.
- Harjadi, Dikdik dan Iqbal Arranir. *Experiental Marketing & Kualitas Produk*. Cirebon: Penerbit Insania, 2002.
- Hidayat, Aziz Alimul. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Books Publishing, 2021.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, dkk. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.

Keller, Kevin Lane, *Strategic Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity)*, United Kingdom: Pearson Education Limited, 2020.

Lasiyama, Mayasurru, Siti Fatonah, Frida Ayu Badria, dkk. *Ekonomi dan Bisnis Pekalongan*: Penerbit NEM, 2022.

Laila, Eky Jumrotul, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo" *Jurnal pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6, no. 1, 2018.

Mahiri, Eli Achmad. "Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarnegara," *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 11, no. 3, November, 2020. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Marwanto, Aris. *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis, 2015.

Mubarak, Reza. *Pengantar Ekonometrika*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021.

Mukhid, Abd. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2021.

Nadiya, Farisa Hasna dan Susanti Wahyuningsih. "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*, Vol 5, 2020.

Nugroho, Febriawan Ardi. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kerudung pada CV. Asysa Cabang Ngawi", Skripsi, Universitas Soerjo Ngawi, Ngawi, 2020.

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.

- Nurjaya, Heri Erlangga, Riri Oktarini, Denok Sunarsi, dan Jasmani. "Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Wahana Motor di Wilayah Cianjur," *Jurnal Perkusi: Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia* 1, no.1, Januari, 2021. <https://dx.doi.org/10.32493/j.perkusi.vli2.11044>.
- Pamelli, Anisa Dan Tri Sudarwanto. "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Beat (Studi pada Warga Perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10, no. 1, 2022. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1554-1563>.
- Permata Sari, I Gusti Ayu Elsa, Ni Putu Nita Anggraini, dan Pande Ketut Ribek, "Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa pada Visa Agent Bali, Canggu," *Emas* 3, no. 1, 2022.
- Pronomo, Setya, "Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Bale Agung Pemalang" *Jurnal Akuntan Publik* 1, No. 1 Maret 2023. <https://doi.org/10.59581/jap.widyakarya.vlil.322>.
- Rangkuti, Freddy. *The Power Of Brands*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Rhamayanti, Yuni. *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2021.
- Ristanti, Annisa. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya" *Jurnal Ilmu Manajemen* 8, no. 3, 2020. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>.
- Riyanto, Slamet. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Rizaty, Monavia Ayu. "Jumlah penduduk Muslim Indonesia", DataIndonesia, diakses dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>, pada tanggal 23 Juni 2023 pukul 08:09 WIB.

- Rosmayanti, Melan. “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue”. *Jurnal on Education* 05, no. 03, April 2023. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>.
- Rusdian, Suca dan Nurul Hildayani. “Pengaruh Differensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Roseberry Cake Shop Garut)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8. No. 1, 2021. <https://doi.org/10.3408/eqien.v8i1.161>.
- Sawhani, Dhiraj Kelly. *Digital Marketing Brand Image*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Setiadi, Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: PRENADA GROUP, 2015.
- Sihotang, Mutiah Khaira. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Konsumen Produk PT. HNI HPAI),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle* 1, no. 2, 2020. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>.
- Sinulingga, Nora Anisa Br dan Hengki Tamando Sihotang. *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. Deliserdang: Iocs Publisher, 2021.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prena media Group, 2013.
- Siyoto, Sandu dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Subando, Joko. *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Klaten: Lakeisha, 2021.
- Suharputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan*. Bandung : PT Rafika Aditama, 2012.
- Sunarto, Andang, Desi Isnaini, Fatimah Yunus. *Statistik Pembiayaan Bermasalah Pada Bank*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2018.

Sundalangi, Marchelyno, dkk.” Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado ” *Jurnal EMBA* 315 Vol.2 No.1, Maret 2014. <https://doi.org/10.35794/emba.2.1.2014.3829>.

Supriadi, “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4, no. 1, Januari, 2017. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>.

Tim Penyusun Pedoman Karya Tulis ilmiah. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Pamekasan: IAIN Madura, 2020.

Tjiptono, Fandi. *Brand Management dan Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.

Weenas, Jackson R.S.”Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *Spring Bed Comforta*”, *Jurnal EMBA* 01, no. 04, Desember, 2013. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2741>.

Wijaya, Tony. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta: PT Indeks, 2018.

Wisnawa, I Made Bayu, I Wayan Kartimin, dan Nimade Hartini. *Brand dan E-Marketing Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.

Yunita, Puput dan Lies Indriyatni. ”Pengaruh *Brand Image*, Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap keputusan pembelian MS Glow”, *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, Vol 5, 2022.

Yunus, Ulan. *Digital Branding: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019.