

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Peneliti Ipteks*, 3 No. 2, 186–196.
- Amalia, S., & Asmara Nst, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Platform & Workflow by OJS /PKP*, 6(1).
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Astari, N. P. L. W. A., & Widagda, I. G. ngurah J. agung. (2014). Pengaruh Perbedaan Jenis Kelamin dan kontrol diri Terhadap Keputusan Pembelian Impludif Produk Parfum. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Baroroh, B. A., & Sutanto, J. . (2021). The Effect Of Service Quality, Price, and Brand Image on Purchasing Desicions of Moslem Wedding Equipment Service. *International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship*, 1 No. 1.
- Cataluna, F. J. R., Perez, B. E., & Prada, M. A. M. (2019). Setring Acceptable Prices: A Key for Succes in Retailing. *Spanish Journal of Marketing*, 23 No. 1, 119–139.
- Charoensettasilp, S., & Wu, C. (2013). Attitude and Needs of Thai People in Selecting Domestic Low-Cost Airlines. *American Journal of Industrial and Business Management*, 3 No.2.
- Ching, C., & Jang, S. S. (2014). The Effects of Perceived Price and Brand Image on Value and Purchase Intention: Leisure Travelers, Attitudes Toward Online Hotel Booking. *Routledge*, 15(3), 49–69.
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtisha Dequity*, 1 No. 2.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konse, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS*.
- Ghozali, I., & Laten, H. (2012). Partial Least Squares Konsep. *Teknik Dan Aplikasi SmartPLS*, 2.
- Hedman, I., & Orrensalo, T. P. Le. (2018). Brand Image as a Facilitator off Relationship Initiation. *Emerald Publishing Limited*, 97–112.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling*. 115–135.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention. *Emerald Insight*, 30 No. 4, 460–476.
- Kim, J.-H., & Lee, J.-H. (2010). No The Effect of Brand Exposure and the Brand Sensitivity of Consumers on the Attitude of the Private Brand Product of Fashion Retailers. *Journal of Thr Korean Society of Clothing and Textiles*, 459–471.
- Kim, Y.-M., Kireyeva, A. A., & Youn, M.-K. (2014). Effects of SNS Characteristics upon Consumers Awareness, Purchase Intention, and Recommendation. *Journal of Industrial & Business*, 5 no 1.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14E ed.). Pearsonhighered.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.id di Marketplace Shopee. *JURNAL ECONOMINA*, 2(3), 753–765.

- Lystia Rut Winasis, C., Sandra Widianti, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Dinasti Review*, 3(4), 399–410.
- Magdalena Gunarsih, C., A. F. Kalangi, J., & F. Tamengkel, L. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Platform & Workflow by OJS / PKP*, 2(1).
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1171–1184.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ecobisma*, 7 no 1.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, IV No.2.
- Pratiwi, B. E., & Habiburrahman. (2024). Pengaruh Direct Marketing Pada Live Shopping Shopee terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15.
- Rahmawati, siska D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7, 25–29.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (2011th ed.). Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Sutiani, L. (2022). *Keharuman 7 Brand Parfum Lokal Ini Mendominasi E-commerce*. Kompas.Co.Id. <https://kompas.co.id/article/data-penjualan-parfum-lokal/>
- Wahyu Purwanza, S., Wardhana, A., & Mufidah, A. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (A. Munandar (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Wildan, T., & Albari. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Secara Online. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 551–563.
- Wu, S.-I., & Wang, W.-H. (2014). Impact of CSR Perception on Brand Image, Brand Attitude and Buying Willingness: A study of a Global Cafe. *International Journal of Marketing Studies*, 6, No 6.
- Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 10(2), 212.

