

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Brand equity. La gestione del valore della marca*. FrancoAngeli.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesyra (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386.
- Akbar, R. D. (2024). Wasino.(2024). *The Influence of Brand Image, Product Quality, and Promotion on Purchasing Decisions at Solaria*. Semarang State University.
- Akram, H., Basuki, P., & Budiarto, H. (2017). Pengaruh mekanisme corporate governance, kualitas audit, ukuran perusahaan dan leverage terhadap integritas laporan keuangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 2(1), 95.
- Alliriansah, A., Sugiharto, V., & Lubis, M. (2024). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (Studi Kasus CV. Zam Zami Alget Panyabungan Timur Kabupaten Mandailing Natal)*. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2 (4).
- Amstrong, G. (2012). Philip, kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anik, S., & Sulisty, H. (2021). The role of green intellectual capital and green innovation on competitive advantage of SMEs. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 18(1), 28–44.
- Ardiansyah. (2017a). *Ardiansyah, H. (2017). Pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia*.
- Ardiansyah, H. (2017b). Pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3).
- ARDIANSYAH, R. (2020). *Hubungan antara kompetensi guru bimbingan dan konseling dengan minat mengikuti konseling individu pada peserta didik smp negeri 5 metro tahun pelajaran 2020/2021*. Universitas Muhammadiyah Metro.
- Ariska, A., & Wahyuddin, W. (2022). Penerapan Kriptografi Menggunakan Algoritma Des (Data Encryption Standard). *Jurnal Sintaks Logika*, 2(2), 9–19.
- Astuti, A. R. A., Ariono, D., Wenten, I. G., Sasongko, D., Saputera, W. H., & Kurnia, K. A. (2025). Mechanistic insights into CO₂ photoreduction to formic acid using ZnO catalysts. *Chemical Engineering Research and Design*, 218, 664–673.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe

- Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–15.
- Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan Promosi*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*, 56, 58–59.
- Edalatian, M., Soitani, A. A., & Faraji, N. (2016). Sparse representation of human auditory system. *2016 IEEE Global Conference on Signal and Information Processing (GlobalSIP)*, 302–306.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina, N. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Seikou Coffee Depok. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Ekhsan, M., & Septian, B. (2021). Pengaruh stres kerja, konflik kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(1), 11–18.
- Ekowati, S., Fintahiasari, M., & Aslim, A. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pada Eleven Cafe Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Evans Jonathand, E. J. (2024). *Pengaruh Pesan Promosi Shopee Terhadap Perilaku Pembelian Mahasiswa Kwik Kian Gie/Evans Jonathand/69200188/Pembimbing: Imam Nuraryo*.
- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Buku pemasaran produk dan merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 14(1), 19–21.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1–10.
- Hartanto, L., Putra, G. P., Arinta, D. N., Enjarwati, A. O., Ramadhan, V. R., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di mini market cahya 99 di desa gonilan kartasura. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 12(2), 339–345.
- Hidayati, L. N., & Sugiyono, S. (2018). Pengaruh harga, kepercayaan, keamanan, dan persepsi akan risiko terhadap keputusan pembelian sepatu Nike melalui instagram. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).

- Ikhwana, A., & Dewi, M. K. (2020). Pengaruh faktor sosial, pribadi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian batik lokal melalui teknologi informasi. *Jurnal Kalibrasi*, 18(2), 58–65.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(1), 19–28.
- Kevin, D. (2019). *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di PT. Arista Sukses Abadi Tanjung Pinang*. STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kuncoro, E. D. (2013). Analisis Penyerapan Anggaran Pasca Penerapan Aplikasi Sipp Pada Satker Pelaksanaan Jalan Nasional Wil. I Dinas Pu Prov. Kaltim. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 1(4), 364–373.
- Kurniasari, C., & Ghozali, I. (2013). *Analisis pengaruh rasio CAMEL dalam memprediksi financial distress perbankan Indonesia*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Kurniawan, I., & Zabeta, M. (2025). Analisis penggunaan media pembelajaran digital pada siswa kelas V di sekolah dasar. *Research and Development Journal of Education*, 11(1), 258–267.
- Lee, J. H., & Bernitsas, M. M. (2011). High-damping, high-Reynolds VIV tests for energy harnessing using the VIVACE converter. *Ocean Engineering*, 38(16), 1697–1712.
- Leone, R. P., Rao, V. R., Keller, K. L., Luo, A. M., McAlister, L., & Srivastava, R. (2006). Linking brand equity to customer equity. *Journal of Service Research*, 9(2), 125–138.
- Liyono, A. (2022). Pengaruh brand image, electronic word of mouth (E-WOM) dan harga terhadap keputusan pembelian produk air minum galon crystalline pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 73–91.
- Malmelin, N., & Moisander, J. (2014a). Brands and Branding in Media Management-Toward a Research Agenda. *JMM International Journal on Media Management*, 16(1), 9–25. <https://doi.org/10.1080/14241277.2014.898149>
- Malmelin, N., & Moisander, J. (2014b). Brands and branding in media management—Toward a research agenda. *International Journal on Media Management*, 16(1), 9–25.
- Mangurana, W. O. I., Yusnaini, Y., & Sahidin, S. (2019). Analisis LC-MS/MS (Liquid Chromatograph Mass Spectrometry) dan metabolit sekunder serta

- potensi antibakteri ekstrak n-heksana spons *callyspongia aerizusa* yang diambil pada kondisi tutupan terumbu karang yang berbeda di perairan teluk staring. *Jurnal Biologi Tropis*, 19(2), 131–141.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). Model keputusan pembelian dan pembelian ulang: Analisis promosi dan kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571–586.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Pengambilan keputusan pembelian produk berdasarkan ekuitas merek. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(2), 85–98.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385.
- Maulida, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Zafi Studio di Mangaran Situbondo. *Growth*, 19(2), 189–203.
- Meli, P., Rey Benayas, J. M., Balvanera, P., & Martínez Ramos, M. (2014). Restoration enhances wetland biodiversity and ecosystem service supply, but results are context-dependent: a meta-analysis. *PloS One*, 9(4), e93507.
- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). Analisis komunikasi pemasaran go-pay melalui promosi cashback. *Prologia*, 4(2), 332–338.
- Oktipianti, E., Afriani, S., & Febliansa, M. R. (2023). The Effect of Product Quality, Promotion, and Brand Image on Purchasing Decisions (Case Study at Brand Image Fashion Stores in South Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1427–1436.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi brand equity: brand trust, brand image, perceived quality, & brand loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Pasaribu, U., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). Pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 441.
- Pertiwi, P. D. (2023). Analisis kesiapan guru matematika dalam implementasi kurikulum merdeka. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*.
- Purwati, A. A., & Wijaya, A. (2016). Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Suku Cadang Sepeda Motor Merek Aspira Dan Federal Di Provinsi Riau (Studi Kasus Pada Pt Calispo Jaya Abadi–Provinsi Riau). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 172–182.

- Putra, P. P. (2016). Evaluasi bauran promosi pada Perusahaan Invynia. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(5), 514–520.
- Putri, N. A., Muhtady, N. H., & Wahjono, S. I. (2025). Penilaian kinerja dan metode penilaian kinerja. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 5(2), 149–153.
- Rahardjo, B. T., & Murdani, R. (2016). Pengaruh kinerja keuangan dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 3(01).
- Ratnasari, R. T., & Akxa, M. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa-Teori dan Kasus (R. Sikumbang (ed.))*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Romadon, Y. (2014). *Pengaruh Green Marketing Terhadap Brand Image Dan Struktur Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter@PertamaxIND Pengguna Bahan Bakar Ramah lingkungan Pertamina Series)*. Brawijaya University.
- ROSADI, L. (2024). *PENGARUH PROMOSI, SUASANA TOKO, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO DENI STORE SIMPANG AJAMU*. Universitas Labuhanbatu.
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308–327.
- Sari, J. E. O. R., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food pada Aplikasi Go-Jek:(Studi Kasus pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara). *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(2), 174–183.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento*. Editorial Pearson.
- SEMBIRING, B., & BR, M. (2020). *Pengaruh Brand Image Terhadap Perilaku Nasabah Kopdit Cu "Unam" Berastagi*. UNIVERSITAS QUALITY.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh lokasi, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba*, 7(1), 881–890.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol. 3)*. Prenada Media.
- Setiawan, Z., Nurapriyanti, T., Ibrahim, H., Nurchayati, N., Jumiaty, E., Aslichah, A., & Iswahyudi, M. S. (2023). *perilaku konsumen: Panduan Praktis untuk Pemasaran yang Sukses*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sinaga, D. M. T., & Ghozali, I. (2012). *Analisis pengaruh audit tenure, ukuran KAP dan ukuran perusahaan klien terhadap kualitas audit*. Fakultas Ekonomika

dan Bisnis.

- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, F. X. (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono, P. D. (2010). Metode Peneliiian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2015). Analisis dampak pembiayaan dana bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) terhadap kinerja UMKM (Studi kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 22(1), 24222.
- Sutopo, H. (2022). PERAN PENTING MANAJEMEN PEMASARAN DALAM BISNIS. *MANAJEMEN PEMASARAN*, 15.
- Syahputra, H. (2019). *Upaya Meningkatkan Minat dan Kemampuan Kognitif Siswa SMK Melalui Waze Apps di Gorontalo*. 10, 72–83. <https://doi.org/Pedagogika.fip@ung.ac.id>
- Timmerman, V. A., Mandey, S. L., & Van Rate, P. (2017). Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Texas Chicken Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 131112.
- Tjiptono. (2015a). *Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, kinerja keuangan, dan kelanggengan bisnis*.
- Tjiptono, F. (2015b). Kewirausahaan, kinerja keuangan, dan kelanggengan bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17–26.
- Tjiptono, F. 2015. (2015c). 389-61-871-1-10-20170403. 17–26.
- Wati, N. A. R. (2025). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Air Minum Ribath Barokah Di Wilayah Tegal Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia).
- WULANDARI, N. (2022). *Penerapan Bauran Pemasaran Pada Batik Tobal*.
- Yayuk, S., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(1), 84–96.
- Yulianto, E. (2020). *1. Prosiding Internasional Journal of Physics Conference Series*.
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh brand image (citra merek) terhadap loyalitas konsumen produk oli pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.

Zhang, J., Wang, X., Vikash, V., Ye, Q., Wu, D., Liu, Y., & Dong, W. (2016). ROS and ROS-mediated cellular signaling. *Oxidative Medicine and Cellular Longevity*, 2016(1), 4350965.

