

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. 2024. Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Alifia Dhea Nur Insani, S. F. S. M. 2023. *Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Keragaman Produk Merek Hanasui Di Sukoharjo*.
- Anggraeni, T. C., Widjayanti, W., Bening, A., & Puspita, I. 2023. *Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee* (Vol. 2, Issue 1).
- Ayu, I. G., Inten, M., & Suarmana, I. W. R. 2022a. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis Pengaruh brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen The effect of brand image and social media advertising on consumer purchase decisions*. 01(12), 3626–3641.
- Ayu, I. G., Inten, M., & Suarmana, I. W. R. 2022b. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis Pengaruh brand image dan iklan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen The effect of brand image and social media advertising on consumer purchase decisions*. 01(12), 3626–3641.
- BPS. (2023). *Statistik Penyediaan Badan Pusat Statistik Bps-Statistics Indonesia*.
- BPS, 2025. (2025). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2025* *Pertumbuhan Ekonomi*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/08/05/2455/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2025-tumbuh-4-04-%-q-to-q---5-12-%-y-on-y---semester-i-2025-tumbuh-4-99-%-c-to-c---.html>
- Damayanti, P., & Sukmalengkawati, A. 2024. *Pengaruh Citra Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roundup Biosorb 486 SL (Studi pada PT Mukti Jaya Agro-Garut)*. 22(Februari). <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id>
- Fadlilah, A. A. N., & Muanas, A. 2025. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(2).
- Ghina Annisa Rahmah, N., Hasanur Arifin, M., & Muslim Hidayat, R. 2023. *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Merek Lifebuoy Di Kota Banjarmasin*. 3(2), 11–20.

- Hardina, O. 2022. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Minuman Street Boba (Studi Kasus Pada Street Boba Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru). *Correspondencias & Análisis*, 1–94.
- Hasanah. 2020. Sosial Media Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Stmik Royal. In *Journal of Science and Social Research* (Issue 1). <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Hayu Anggraeni Asminah Rachmi. (2023). 2023+8-13.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. 2020. Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 1351–1363.
- Husen, A. 2023. Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Idayani Agustina, & Is Fadhilah. 2024. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Esteh Indonesia di Kecamatan Kedamean Kabupaten Gresik. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 253–265. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.831>
- Kadek Masakazu, O., Kusuma, T. M., Ketut, I., Suniantara, P., Suwardika, G., Putu, N., & Hendayanti, N. 2022. Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Terbuka Dengan Trust Sebagai Intervening. *Maret*, 1(10).
- Meti Lestari, Y. W. 2024. *Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang*.
- Nurhaswindal, M. A. , N. L. R. , N. H. S. , Y. A. , Y. A. S. , Z. L. (025. *Perbandingan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*.
- Nur, M. A. 2024. Pengolahan Data. In *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi* (Vol. 2, Issue 11).
- Rezky Saputra. 2022. Peran Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Susu Bear Branddi Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Salma Mutiara Priliandani, E. T. 2022. *Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo Di Semarang)*.

- Sekar Hastari, E., Yohana, C., & Arvinta Monoarfa, T. 2022. *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal)* (Vol. 3, Issue 3).
- Sitepu, J. F., Yamin Siregar, M., & Wijaya, M. 2025. *Pengaruh Financial Self Efficacy dan Fintech Payment terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area*.
- Sri Rahmawati, S. A. I. P. E. W. 2021. *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kesesuaian Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Bandeng C73 Karawang (Studi Pada Produsen Olahan Bandeng Di Bandeng C73 Karawang)* *Analysis Of The Influence Of Consumer Perceptions Regarding Price Fitness, Brand Image, And Product Quality On Purchase Decisions In Bandeng C73 Karawang (Study On Milkfish Producers In Bandeng C73 Karawang)* Sri Rahmawati, Slamet Abadi, I Putu Eka Wijaya.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. 2025. Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Valerie Tiofli, R., & Rodhiah, R. 2025. The Influence of brand image, consumer perception, and E-WOM on purchase intentions for product X in DKI Jakarta. *International Journal of Management Science and Application*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.58291/ijmsa.v4i1.333>