

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jimea*, 6(3), 2022.
- Akhyani, Alfi A. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga Dan Digital Marketingterhadap Pembelian Melalui Brand Image. *Journal Of Economic, Accounting And Management*, 2.
- Alimuddin, I., & Rundu Wonua, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani. *Jurnal CahayaMandalika*5(1). [Http://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jcm](http://Ojs.Cahayamandalika.Com/Index.Php/Jcm)
- Anam, C., Indra, P., Husna, A., Wahyuni, I., Tinggi, S., & Al-Anwar, I. E. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 6(1).
- Angelina, Y. S., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Brand Image Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(3).
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software Spss Untuk Uji Validitas Dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- 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), 1–15. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)
- Cahyani, Y. B., Putri, A. P. S., Damayanti, F., Fitri Ariani, Rokhmad Thoriqul Hidayat, & Didit Darmawan. (2025). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(2), 126–141. <https://doi.org/10.59841/excellence.v3i2.2776>
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Cfc Grande Karawaci. *Aksioma*, 2(1).
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Dian Tamitiadini, A. K. I., Wifka Rahma Syauki, Fitria Avicenna, Diyah Ayu Amalia Avina, & Bambang

- Dwi Prasetyo. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. UB Press.
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Menurut+pendapat+Kotler+%26+Keller+\(2016\),+Perilaku+konsumen+merupakan+kajian+mengenai+bagaimana+individu,+kelompok,+atau+organisasi+mengambil+keputusan+dalam+memilih,+membeli,+menggunakan,+serta+menilai+suatu+produk+guna+memenuhi+kebutuhan+dan+keinginannya+\(Dewi,+2022\)&ots=-VLn4Hy9pR&sig=VC31KMkgqsNTSVHRLrv5uRCZJ_g&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RbyfEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Menurut+pendapat+Kotler+%26+Keller+(2016),+Perilaku+konsumen+merupakan+kajian+mengenai+bagaimana+individu,+kelompok,+atau+organisasi+mengambil+keputusan+dalam+memilih,+membeli,+menggunakan,+serta+menilai+suatu+produk+guna+memenuhi+kebutuhan+dan+keinginannya+(Dewi,+2022)&ots=-VLn4Hy9pR&sig=VC31KMkgqsNTSVHRLrv5uRCZJ_g&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Kartika, Erawati (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shoope Di Semarang. *JPRO*.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *EKOBISTEK*, 10(2).
<https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V10i21.114>
- Ena, M. Y., Nyoko, A., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal Of Management*, 10(3).
- Emilia, Suarnianti, & Nur Khalid. (2022). Assesment Quality Of Life (Qol) Dengan Keterpaparan Covid-19 Di Puskesmas Paccerakang. *JIMPK*, 2(3), 377.
- Fahruri, R. A., Wiska, M., & Ra'afi H, A. Q. (2024). Pengaruh Product Knowledge, Promotion Strategy, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Untuk Mendukung Perkuliahan Pada Mahasiswa (Studi Kasus Universitas Di Dharmasraya). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 3, 161. <https://doi.org/10.3336>
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *JIMEA*, 4(1).
- Faujiyah, F., Amalia, R., Widiasmara Edwar Putri, A., Fitriana, G., Nila Maulina, A., Pemasaran Industri Elektronika, M., & APP Jakarta, P. (2022). *Preferensi Merek Personal Computer Set pada Keputusan Pembelian Konsumen* (Vol. 16, Issue 3)
- Global Stats. (2025). Desktop, Mobile & Tablet comparison Market Share Indonesia
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.

- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). Management Analysis Journal The Influence Of Product Quality, Brand Image On Purchasing Decisions Through Brand Trust As Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, 7(4). [Http://Maj.Unnes.Ac.Id](http://Maj.Unnes.Ac.Id)
- Hastuti, Andry Stepahnie Titing, & Fitri Kumalasari. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Organik (Studi Pada Pengguna Kosmetik Sariayu Martha Tilaar Di Kabupaten Kolaka)*. 4.
- Hazizah, Bahroeni(2023). *Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Arumi Hijab*.
- Herry, & Dewi, V. I. (2024). Pengaruh pengetahuan keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. *INOBISS*, 7(2).
- IDC. (2024). *Indonesia PC Market Grew 8.8% In 2024, Driven by Consumers*.
- Indra, D., Zahra, H. M., Setiono, S., & Pratama, D. R. P. (2022). Pengaruh E-Rating dan E-Review dengan E-Trust Sebagai Mediasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Lazada di Dago, Bandung). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 452. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.568>
- Irvan, I., & Erdiansyah, R. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sepeda. *Prologia*, 6(2).
- Isalman, & Akbar, I. (2025). Daya Tarik Iphone Di Kalangan Mahasiswa: Analisis Kualitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. *Journal Of Economic And Business*, 8(1), 73–87.
- Jelita, P., Apriliana, F., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2).
- Julia Abidin, C., & Bachtillah Putra, A. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Studi pada Kosmetik Mustika Ratu di Daerah Cengkareng Jakarta Barat). In *Business Economics, and Education Studies (ICESB)* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal-icesb.org/index.php/icesb>
- Jusuf, I. S., Laela, & Sari, F. (2018). Pengaruh Periklanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Grand Dafam Bela Ternate (Studi Pada Tamu yang Menginap di Hotel). *Jurnal Manajemen Sinergi*, 6.

- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jaman*, 2(3).
- Khalis, N., Liong, H., & Suryani, A. (2024). Pengetahuan Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Kabupaten Soppeng Nur Khalis, Pengaruh. *Vifada Management and Digital Business*, 1(1), 27–37.
- Khasanah, R. N., Wahab, Z., & Nailis, W. (2014). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Palembang). *Jembatan*, 2.
- Khoirunnisa, S., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Nivea. *Bussman Journal : Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(1), 240–259. <https://doi.org/10.53363/Buss.V2i1.90>
- KOMPAS. (2022). *Kominfo Klaim Industri Game di Indonesia Semakin Moncer*.
- Krisnawati, E., Artanti, K. D., & Umar, N. H. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dukungan Suami terhadap Hambatan Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang pada Multipara Akseptor Aktif di Surabaya. *Media Gizi Kesmas*, 13(2), 659–664. <https://doi.org/10.20473/mgk.v13i2.2024.659-664>
- Latifah, R. Y., & Vania, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 3, Issue 4).
- Lestari, A., & Aslami², N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampius: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i1.873>
- Lubis, p. U., & kurniawati, d. (2023). *Pengaruh celebrity endorser dan product knowledge terhadap purchase decision pada produk kosmetik maybelline dengan brand image sebagai variabel intervening di kota pekanbaru. Al-hikmah: jurnal agama dan ilmu pengetahuan*, 20(2).
- Mardiasih, t. S. (2019). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar*. 2(1).
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal AKTIVA*, 3(1), 44–53.

- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Zulfika Sari, A., Munawaroh, I., & Pramesti Regita, E. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1). <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Mefiandini, I. N., Farida, E., & Athia, I. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Brand trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Lenovo. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).
- Meinarto, d. P., & mm. (2022). *Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian laptop acer (studi kasus pada masyarakat siring klojen malang)*.
- Melati, t. A., rachbini, d. J., & rekarti, e. (2021). The role of brand image in mediating the effect of product quality, service and price on purchase interest. *Dijdbm*, 2(3). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3>
- Mendur, m. E. M., tawas, h. N., & arie, f. V. (2021). The effect of price perception, product quality and store atmosphere on purchasing decisions at immanuel sonder stores. *Jurnal emba*, 9(3), 1077–1086.
- Muhtarom, Abid Hesty Lovi Yonita, & Muhamad Imam Syairozi. (2022). Analisis persepsi harga, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi keputusan pembelian (studi kasus pada umkm skck (stasiun kuliner canditunggal kalitengah) metode structural equation modelling (sem) - partial least square (pls). *Ekombis Review*, 14.
- Munawaroh, Septiyanitha Dwi Maharani Putri, & Rayhan Gunaningrat. (2023). Apakah Persepsi Harga dan Cita Rasa Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Rocket Chicken. *Jurnal Publikasi Ilmu manajemen*, 3(1), 36–52. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3275>
- Mustofa, a. N., & wiyadi. (2023). Pengaruh brand image, kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup terhadap keputusan pembelian. *Jurnal value*, 18(1), 136–147. <http://id.mac.wikia.com/>
- Nashar, m., ekonomi bisnis, f., mercubuana jakarta, u., kunci, k., kerja, l., kerja, b., perusahaan, r., & komitmen organisasi, d. (2020). *Pengaruh lingkungan kerja dan budaya organisasi terhadap reputasi perusahaan dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening (studi kasus oada pt petra garda paramita) abstrak*. <https://jurnal.polibatam.ac.id>
- Nugroho, i. D., & sarah, s. (2021). Pengaruh brand image dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen busana muslim merek maliqa). *Indonesia membangun*, 20. <https://jurnal.inaba.ac.id/>

- Nugroho, a., & soliha, e. (2024). Keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan: peran kualitas produk, citra merek, persepsi harga dan celebrity endorsement. *Jesya*, 7(1), 226–242. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1348>
- Nurhalizah, S., Kholijah, G., & Gusmanely, Z. (2024). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square pada Kinerja Pegawai PT. Bank Pembangunan Daerah Jambi. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 6(2), 125. <https://doi.org/10.13057/ijas.v6i2.78921>
- Nusrang, M., Fahmuddin, M., & Hafid, H. (2023). *Prosiding seminar nasional penerapan metode structural equation modelling-partial least squares (sem-pls) dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi pdrb di indonesia*. <https://journal.unm.ac.id/index.php/Semnasdies62/index>
- Oktavia Cahayani, C., & Sutar. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap brand image dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada produk aldo shoes. *Jurnal ekobis: ekonomi, bisnis & manajemen*, 10(2). <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis208>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(1), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01>
- Putri, D. K., Hidajat, W., & Widayanto, &. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada pt astra motor center pati (studi kasus pada pt astra motor center pati). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Putri, M. A., Kuhon, V., Malcom, H., & Palandeng, F. (2024). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian: Kuesioner pola makan pada penderita gout arthritis. In *J Kedokt Kom Tropik* (Vol. 12, Issue 1).
- Prakosa, Y., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota semarang. *Inobis*, 4(3). <https://iprice.co.id/>
- Rahayu, A. T., Gunaningrat, R., & Muftiyanto, R. T. (2024). Pengaruh kompetensi dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja dengan komitmen organisasi sebagai variable intervening pada pt. Karya hevea indonesia dolok masihul. *Ppiman pusat publikasi ilmu manajemen*, 2(1), 286–301. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i1.312>
- Risnawati, Wonua, A. R., & Astaginy, N. (2023). Pengaruh kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian produk kecantikan.

- Student Scientific Creativity Journal*, 1(6), 15–28.
<https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i6.2278>
- Rusniati, & Rahmawati, R. (2019.). Green product : pengaruh pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian terhadap keputusan pembelian. *Intekna*, 19.
<http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Ryananda, H. M., Bagus, I., Udayana, N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 14(2), 461.
- Sabardini, S., & Wijono, D. (2024). Citra merek sebagai mediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di sleman. *Juremi: jurnal riset ekonomi*, 3(4).
- Santika, I. M., & Nurcaya, I. N. (2018). Faktor kontekstual, brand switching dan keputusan pembelian operator seluler di kota denpasar. *Inobis*, 2(1).
- Sakbania, A., & Setianingsih, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra mefek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian laptop lenovo di kalangan pekerja. *Sneba*.
- Saputra, N., & Ratnawili. (2023). Pengaruh brand image, brand awereness dan services quality terhadap keputusan pembelian laptop acer pada pt. Bloggerkomputer di kecamatan muara bangkahulu kota bengkulu. *Jmmib*, 4(2).
- Sari, Y. A., Sobaruddin Akbar, S., Ratri Nastiti, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). Jurnal bersama ilmu ekonomi analisis citra merek sebagai variabel mediasi antara persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada pengguna sikat gigi pepsodent di kota semarang). *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi*, 1(3), 216–225.
<https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i3.298>
- Setiani, J. A., & Susiloadi, P. (2023). Analisis kesuksesan pelayanan perizinan berbasis online single submission pada dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota magelang. *Jurnal mahasiswa wacana publik*, 3(1), 2023–2166.
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh pengetahuan produk dan religiositas terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel intervening pengaruh pengetahuan produk dan religiositas terhadap keputusan pembelian dengan sikap sebagai variabel intervening. *Accounting and Management Journal*, 1.

- Simanjuntak, D. (2021). Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada toko harapan sukses desa sei rakyat. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3.
- Sitorus, s. A., romli, n. A., tingga, c. P., & sukanteri, n. P. (2022). Brand marketing: the art of branding (acai sudirman, ed.). Media sains indonesia.
- Sitorus, Adventina Evriati & Realize. (2024). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan Merek, dan Informasi Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Batam. *ECo-Buss*, 7.
- Soetanto, j. P., septina, f., & february, t. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk amondeu. *Performa*, 5(1).
- Sulistyawati, B. S., Nur Istiqomah, F., Mustofa, H., Diski, K. M., Viana, N., Melati, S., & Rahadhini, D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetics Surakarta. *JAMBURA*, 6(2).
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Surya, A., & Nawawi, M. T. (2025). Peran citra merek sebagai mediator: pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian amdk nestle pure life. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(03), 744–751.
- Sutama, Meidy Astra Alif (2024). Sistem pendukung keputusan pemilihan personal computer pada toko aringo computer menggunakan metode topsis berbasis web.
- Syafrianita, N., Asnawi, M., & al Firah. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk pada cv. Syabani di pusat pasar medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7.
- Talunohi, H., Hardilawati, W. L., Fikri, K., Luthfi, M., Melina, E., Farhat, L., Manajemen, P., Ekonomi, F., Universitas, B., & Riau, M. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee di pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Merdeka EMBA*, 1(1), 24–34.
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto. (2015). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek dell di kota semarang (studi kasus pada konsumen laptop merek dell di kecamatan banyumanik kota semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*, 1–10.

- Tresna, P. W., Chan, A., & Herawaty, T. (2021). Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen shopee). *AdBispreneur*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i1.26473>
- Umar, M. K., & Santosa, A. (2025). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk softdoh sourdough pada generasi z di daerah istimewa yogyakarta. *JALAKOTEK*, 2(2).
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone samsung pada mahasiswa institut teknologi indonesia. *Jurakunman*, 16(1). www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id
- Werdiasih, Dewi R., Bakti Karnowati, N., & Muhammadiyah Cilacap, S. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Inovasi daerah*, 1(1).
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. 2(3).
- Yaqin, M. N., & Askafi, E. (2023). *The role of brand image as a mediation of the influence of product price and quality on purchase decision (study of "collapsed" beef consumers in jombang)*. *EKSIS: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/001/article/view/1213>
- Yoesmanam, I. C. (2015). Pengaruh pengetahuan produk dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada kosmetik organik. *BISMA*, 7(2).
- Zulhilmi, M., Latif, A., Firdaus, M., Aziz, A., Kunci, K., Komputer, K., Prestasi, P., Android, A. B., & Berorientasikan Objek, P. (2024). *PC Component Selection Guide Application (PC WIZARD) Aplikasi Panduan Pemilihan Komponen PC (PC WIZARD)*. 5(2), 1557–1576. <https://doi.org/10.30880/aitcs.2024.05.02.084>