

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini Tabar, F., & Farisi, H. (2023). Pengaruh kualitas produk, celebrity endorser, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(1), 1–19.
- Al Azahari Azahari, & Lukmanul Hakim. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564.
- Ali, H., Rivai Zainal, V., & Rafqi Ilhamalimy, R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of *Brand Image* and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). 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. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhillah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, *Green Product* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1217>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2022). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1).
- Azahari, M., Prasetyo, D., & Utami, R. (2021). Analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 45–53.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104.
- Cahayani, C. O., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap *Brand Image* Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 208–222. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.128>

- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 2(1), 61–70. <https://www.ilomata.org/index.php/ijtc>
- Chendy Dapas, J., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui persepsi nilai konsumen. *Jurnal EMBA*, 9(3), 789–799.
- Correia Maia, F., de Sousa Saldanha, E., & da Costa Graciana, B. (2023). The effect of product quality and service quality on purchasing decisions through corporate image as mediation variable. *Timor-Leste Journal of Business and Management*, 5(1), 68–80. <https://doi.org/10.51703/bm.v5i0.114>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Djamalullail, M. (2021). Analisis citra merek dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(2), 75–84.
- Eltonia, N., & Anindita Hayuningtias, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Manajemen*, 6(2), 250–256. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1776>.
- Ernawati, S., Ramadhan, T., & Yuliana, D. (2024). Persepsi kualitas produk dan implikasinya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 9(1), 99–110.
- Febrina, I., Nurlitasari, L., & Wati, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Brand Image. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 392–408. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.402>
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, & Asyifa Sofira, S. A. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4392/2865>

- Gitty Ramadani, A., & Rachmawati, E. (2022). The influence of brand awareness, brand association, brand image, and word of mouth on Samsung smartphone purchase decisions. *JBMP: Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan*, 8(1), 73–78. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8vi1.1610>
- Habibi, M. M., Wahono, B., & Khalikussabir. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lelette Coffee Sigura-Gura). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1874–1881.
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., R, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 1(1), 209–222.
- Intan Permadani, I., Mukhtar, S., & Sebayang, K. D. A. (2025). Pengaruh kualitas produk UMKM, harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi social commerce. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2).
- Irwansyah, et al. (2021). Perilaku Konsumen. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J. F. ., & Loindong, S. S. . (2022). Analisis Pengaruh Celebirty Endorsement, Beauty Vlogger dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Lokal Somethinc. *Jurnal EMBA*, 10(4), 770–779.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Kompas.com. (2023). *Fenomena Mie Gacoan dan strategi harga murah*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani di Butik QTA Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(1), 1–9.
- Leovina, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Wizzmie di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(12), 1–18.
- Lestari, D., Hidayat, R., & Saputra, F. (2023). Analisis citra merek terhadap

- keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 201–210.
- Lestari, Dini Fajar., & Azizah, Jihan Nur. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58.
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA Journal Economic, Management and Business*, 3, 23–30. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i2.7884>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Maia, F. C., Saldanha, E. D. S., & Graciana, B. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions Through Corporate Image as Mediation Variable. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 5(May), 68–80. <https://doi.org/10.51703/bm.v5i0.114>
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(3), 1370–1385.
- Martini, T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*, 9(1), 113–132. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.854>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Merentek, G. R., Lapian, J. S. L. H. V., & Soegoto, A. S. (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji. *Jurnal EMBA*, 10(1), 123–134.

- Mie Gacoan. (2023). *Profil perusahaan dan konsep usaha*. <https://www.miegacoan.com>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*, 3(1), 13–24.
- Mufida, A. P., Hardini, R., & Digidowiseiso, K. (2024). The influence of product quality, brand image, and lifestyle on the purchase decision of Yamaha NMAX motorcycles. *International Journal of Social Service and Research (IJSSR)*, 4(2). <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i02.725>
- Mukuan, K., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. A. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Rumah Makan Maji Ayam Geprek Cabang Jalan Bethesda Sario. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(4), 642–652. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.51433>
- Mutaqin, M. R., Rohandi, M. M. A., & Mahani, S. A. E. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian transportasi online InDrive di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 3(2), 69–78. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2824>
- Ningrum, N. I. P., Oktaviany, V., & Sadikin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline. *DEVELOP : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 46–54. <https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>
- Pamuji, A., & Fachrodji, A. (2022). The Influence of Product Quality, Service Quality and Brand Trust on Purchase Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction on Indihome Services. *European Journal of Business and Management Research*, 7(5), 99–102. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.5.1620>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parsini, N. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Restoran The Little Korean Kitchen Di Munggu , Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(6), 1240–1252.
- Pamuji, A., & Fachrodji, A. (2022). The influence of product quality, service quality and brand trust on purchase decisions and customer satisfaction on Indihome services. *European Journal of Business and Management Research (EJBMR)*, 7(5). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.5.1620>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

- Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Prasetya, M. A., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2024). The influence of product quality, brand image, and lifestyle on the purchase decision of Yamaha NMAX motorcycles. *International Journal of Social Service and Research (IJSSR)*, 4(2).
- Pratama, P. A., Sirait, A., Fahriansyah, R., & Irfan, N. M. (2023). Mediated Customer Satisfaction : the *Brand Image* and Product Quality on Purchasing Decisions. *Miceb*, 1(1), 1814–1822.
- Polla, J. R., Mananeke, L., & Tawas, H. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada ritel modern. *Jurnal EMBA*, 11(2), 456–467.
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh harga, citra merek, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi bagi ibu milenial. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis (JABM)*, 8(3), 846–853. <http://dx.doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>
- Pratama, Y., Widodo, A., & Rahayu, F. (2023). Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia: Analisis kontribusi terhadap PDB. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 24(1), 55–68.
- Puji, S. F., Haidar, K., Abu, I., & Sutrisno. (2024). The effect of price and product quality on purchase decisions among economic education students. *JE3S: Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(3), 517–529.
- Ramadani, A. G., Rachmawati, E., Association, K. B., Awareness, B., & Image, B. (2022). The Influence of Brand Awareness, Brand Association, *Brand Image*, and *Word of Mouth* on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *JBMP*, 8(1), 73–86. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8vi1.1610>
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). the Influence of *Brand Image*, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Ryan Bagus Priadi, Nersiwad, & Kasnowo. (2023). The Effect of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions Through Purchase Intention as an Intervening Variable (Study on Consumers of Cempaka Trowulan Batik). *International Journal of Management and Business Economics*, 1(3), 222–225. <https://doi.org/10.58540/ijmebe.v1i3.405>
- Rizky, V., & Sussanto, H. (2022). The effect of product quality, service quality, price, and trust on purchase decisions (Case study on ShopeeFood users). *IJME Journal*, 1(3), 01–12.

- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Septiani, P., & Fatihah, D. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA*, 6(3).
- Soetiyono, A., Kurnia, Y., & Kurnia, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Chatbot dan Asisten Virtual terhadap Peningkatkan Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *ECo-Buss*, 6(3), 1367–1381. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1169>
- Soim, F. M., Suharyono, & Abdillah, Y. (2016). ( Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(1), 146–153.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. *Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 04(1), 41–53.
- Tabar, F. ., & Farisi, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, *Celebrity endorser*, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Digital* , 2(1), 1–19.
- Tahir, A. H., Adnan, M., & Saeed, Z. (2024). The impact of *Brand Image* on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(16), e36254. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36254>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Andi
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Service quality dan satisfaction* (Edisi 5). Andi.
- Vanessa, C., Hardilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2023). Pengaruh *Country of*

*Origin & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 33–40.

Wardani, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada 200 Cafe and Food Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/10.32815/jubis.v3i2.1524>

Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh *Word of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh *Brand Image*, Daya Tarik Iklan, Dan *Celebrity endorser* Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow ( Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang ). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.

Zahra, S. R., Nainggolan, G. A. V., Nehe, E., Tarigan, J. J., Situmorang, D. F., Manalu, D. I., Afrisa, M. R., Simamora, J., & Nainggolan, G. H. (2024). Pengaruh *Brand Image*, Cita Rasa, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JBM)*, 2(2), 339–347.