

DAFTAR PUSTAKA

- Budianto, C., Hidayah, T., & Edi, B. Q. (2023). nalisis pengaruh harga, promosi, kualitas layanan, citra merek dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(1), 66–80.
- Cua, s., Saputra, M. H., Anggara, A. D., Saputra, A., & Delya, A. (2024). engaruh harga, kualitas, citra merek terhadap keputusan pembelian produk roti merek Sari Roti di Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 311–322.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (4th ed.)*. London: SAGE Publications Ltd.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics (5th ed.)*. New York:

McGraw-Hill Education.

Išoraitė, M. (2018). Brand image theoretical aspects. *Integrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 116–122.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed.)*. Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15 ed.)*. Pearson.

Lestari, P., Muhajirin, M., & Ismunandar, I. (2024). Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bolly Dept Store Sila Bolo. *urnal Riset Manajemen*, 2(3), 27–48.

Permatasari, R. P., Oktafianis, O., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh brand image, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Mie Gacoan di wilayah Solo. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 256–267.

Pramadhika, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen smartphone Samsung wilayah Kota Semarang). *Skripsi, Universitas Negeri Semarang*.

Priyatno, D. (2022). *Olah Data Sendiri: Analisis Regresi Linear dengan SPSS dan Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: Andi.

Rahman, A., Wijayanto, A., & Widayanto, W. (2024). Pengaruh Structural Assurance dan Reputation terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bukalapak. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 630–638.

Rahmat, C. A., Kurniabudi, & Novianto, Y. (2023). Penerapan Metode Regresi

- Linier Berganda Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Komputer (JAKAKOM)*, 3(1), 359–369.
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 851–858.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.)*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, T. D., & Rizqi, F. A. (2025). Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Restoran Fastfood Menurut Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merk (Studi Kasus Pada Konsumen Restaurant Fastfood KFC). *ournal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(2), 73–80.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran (Edisi 4)*. Andi.
- Ubaydillah, A., Widarko, A., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Rocket Chicken, Tlogomas Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 14(1), 70–81.
- Wooldridge, J. M. (2020). *Introductory Econometrics: A Modern Approach (7th ed.)*. Boston: MA: Cengage Learning.