

## DAFTAR PUSTAKA

- Fenetta, A., & Keni, K (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention: Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi. *Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 270-275.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorji, M., & Siami, S. (2020). How sales promotion display affects customer shopping intentions in retails. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 1337-1355.
- Haryono, J., & Wicaksono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Niat Beli pada Horison Hotel Ciledug. *Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 110-114.
- Ishtiaq, M. (2019). *Book Review* Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>.
- Islamiah, F., Harmayanto, & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Teh Pucuk Harum Pada Toko Dhea Sembako di Tanah Grogot. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*.
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Values*, 373-385.
- Kelvin, & Firdausy, C. M. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Price Perception Terhadap Purchase Intention Pelanggan Uniqlo di Jakarta. *Manajerial dan Kewirausahaan*, 142-149.
- Kotler P. & Armstrong, G. (2010). *Prinsip Pemasaran*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2019. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran jilid 1. Sebuah Perspektif Asia*. Aula Pearson Prentice.
- Kristinawati, A., & Keni. (2021). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality Dan Ewom Terhadap Purchase Intention Mobil Di Jakarta. *Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 524-529.

- Kumesan, B. Y., Wenas, R., & Poluan, J. (2021). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen di Restoran Cepat Saji Richeese Factory Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1187-1197.
- Kuswoyo, C., Lu, C., Abednego, F., & Veronica, S. (2022). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Influencer Instagram Terhadap Niat Beli Produk Pakaian Pada Kaum Wanita Generasi Z Di Kota Bandung. *Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri (PASTI)*, 75-89.
- Laksamana, P. (2018). Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking Industry. *International Review of Management and Marketing*, 13-18.
- Lionitan, W., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, *Word of Mouth*, dan *Customer Satisfication* Terhadap Purchase Intention Pelanggan Mixue di Cibubur. *Manajerial dan Kewirausahaan*, 805-813.
- Maharani, N., Helmi, A., Mulyana, A., & Hasan, M. (2020). In-store promotion and customer value on private label product purchase intention. *Innovative Marketing*, 104-116.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan Nasution, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu. *Jurnal Ecobisma*, 44.
- Pangestu, F., & Rahajeng, D. K. (2020). The Effect of Power Distance, Moral Intensity, and Professional Commitment on Whistleblowing Decisions. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 144-162.
- Putra, W., R., & Dirgantara, I., M., B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Bawang Hitam Myrican di Bandung. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–9.
- Rai, P., & Gupta, O. J. (2019). Measuring the Mediating Effect of Utilitarian Motive in the Relationship of Product Quality, Product Price with Consumer Purchase Intention. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 2277-3878.
- Salsabillah, N., & Arifiansyah, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Al Buraq Café. *Panorama Nusantara*, 1-12.

- Teo, L. X., Leng, H. K., & Phua, Y. P. (2019). Marketing on Instagram Social influence and image quality on perception of quality and purchase intention. *International Journal of Sports Marketing Sponsorship*, 321-332.
- Yuwono, W., & Wiwi, J. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Online di Kota Batam. *Combines*, 2207-2220.
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 965-973.