

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brands*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc.,.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. CV Andi Offset.
- Afiftama, I., & Nasir, M. (2024). *The Effect of Brand Image, Brand Trust and Customer Experience on Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(1), 191–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2403>
- Aldi, R., Peter S, J., & Kristaung, R. (2023). Pengaruh Karakteristik Konsumen, Green Product, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27055–27068.
- Arifin, Ermawati, & Hartinah, S. (2018). Pengelompokan Usia Konsumen Berdasarkan Minat Berbelanja Dengan Menggunakan Metode Centroid. *Jurnal Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya (MSA)*, 6(2), 70–75.
- Aritonang, R. L. R., & Stefani. (2019). Intensi Membeli, Jenis Kelamin, Gender Produk, dan Tujuan Konsumsi. *Jurnal Ekonomi*, 24(3), 437–451. <https://doi.org/10.24912/je.v24i3.608>
- Astuti, N. (2016). Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(3), 432–438. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i3.4104>
- Budimansyah, B., & Axel, L. (2024). Penerapan Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 48–55.
- Chen, S. (2022). Pengaruh Influencer Kecantikan dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 18–32. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i2.582>
- Dipoatmodjo, T. S. P., Aswar, N. F., Musa, M. I., & Abadi, R. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Pada Laptop Acer Di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Syariah Yapnas*, 6(2), 51–64.
- Faizal, H., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2), 307–316.
- Fakhrudin, A. (2020). Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 13(1), 11–18.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 828–838. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.3.24>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan. *Dinamika Pembelajaran: Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270. <https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>

- Hair, J. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Soumya, R. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Tazkia Fitri, A., Mona Febriani, R., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- Khaerunnisa, G., Mulyana, R., & Abdurrahman, L. (2023). Pengujian Pengaruh Tata Kelola TI Terhadap Transformasi Digital dan Kinerja Asuransi A Menggunakan Structural Equation Modeling. *JIPi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(2), 381–392. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i2.3469>
- Laurence, K., & Keni. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Preference Terhadap Purchase Intention Produk Minuman di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(5), 1034–1046. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i5.32405>
- Melati, R., Huda, N., & Rusniati, R. (2025). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Intention and Consumer Purchase Decision: A Study on Oriflame Products in Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 13(2), 199–206. <https://doi.org/10.20527/jwm.v13i2.403>
- Miranda, Jumaria, & Maleha, N. Y. (2025). Analisis Pengaruh Strategi Branding Dalam Membangun Citra Merek Yang Kuat. *JURBISMAN: Jurnal Bisnis Manajemen*, 3(2), 475–484. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v3i2.1125>
- Mukarramah. (2024). *Determinan Keputusan Pembelian Sarabba Instan Sukma Jahe PT. Monity Jaya Bersama Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Mulyati, Y. (2023). Dinamika Citra Merek dan Preferensi Pembelian: Eksplorasi Dalam Konteks Produk Lokal. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 3(3), 146–155. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v3i3.609>
- Parulian, Y. J. E., & Nilasari, I. (2025). Pengaruh Citra Merek, Fitur Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Club di Kota Bandung. *JIMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 9(3), 578–593. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i3.6218>
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung. Pustaka Setia Bandung.
- Purnama, R., & Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187–203. <https://doi.org/10.35448/jte.v14i2.6529>
- Puspitawati, N. R., & Setyawan, A. A. (2025). Studi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Berbasis Gender. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6(6), 5513–5525. <https://doi.org/10.37385/ceej.v7i1.9807>
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584–593. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1090>
- Putri, E. M., Wahyudi, P. B., Zahro, S. A., Kirana, S. W., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Meningkatkan Citra Merek Untuk Memperoleh Keuntungan Bersaing Melalui Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Yang Efektif Pada Produk Kosmetik. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1), 1–9.

- Radini, S. P., Mulyana, M., & Noor, T. D. F. S. (2021). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Padjadjaran Suites And Convention Hotel Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 71–80. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.787>
- Riduwan. (2012). *Metode & Teknik Menyusun Proposal*. Bandung: Alfabeta.
- Rizkyasona, A., & Suryono, D. W. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan *Brand Ambassador* terhadap Minat Beli Produk Scarlett. *Jurnal Manajemen STEI*, 11(2), 121–130. <https://doi.org/10.36406/jmstei.v11i2.255>
- Rusdin, F. R., Ramonita, L., Ayu, I. S., Putri, I. G. A. A. A., Yulianto, A., Rahmat, F. N., Gunawan, D. K., Andreani, N. P. E., Sudirman, A., Dewi, N. P. S., & Violin, V. (2025). *Digital Branding (Strategi Merek di Dunia Digital)*. Widina Media Utama.
- Safitri, N., Noorlena, S., & Latifah, N. (2025). Strategi Efektif Dalam Penanganan Kembali Produk dan Penarikan Kembali Produk Untuk Menjamin Kualitas dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2(6), 801–806. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i6.569>
- Sahabuddin, R., Arif, H. M., Dg Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh *Brand Awareness* dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 626–631. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i3.2847>
- Sander, D. A., Chan, A., & Muhyi, H. A. (2021). Keterkaitan Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tinjauan Sistematis Literature Review. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(3), 241–257. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i3.241-257>
- Saputra, A. W., & Sari, N. R. (2021). Pengaruh Promosi, Demografis, Pengalaman, dan Trend terhadap Keputusan Pembelian Produk Apparel Motor Prostreet di Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 2022. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.506>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155.
- Sholichah, L. F., & Mardikaningsih, R. (2024). Analisis Pengaruh Promosi Digital, Citra Merek, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sandal dan Sepatu di Kepuh Kiriman Waru. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 637–655. <https://doi.org/10.62288/creativity.v1i1.7>
- Sibarani, P. W., Sianturi, C. M., & Sinaga, K. (2024). Analisis Tingkat Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Merek Deterjen Bubuk (Satu Studi Kegiatan Pemasaran Deterjen Bubuk di Kecamatan Balige). *JISPOL: Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 4, 139–159. <https://doi.org/10.51622>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Relibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599–5609.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulaiman, M., & Hasanah, J. (2025). Peran Pendapatan Masyarakat Dalam Pembelian Produk Branded. *Indonesia Journal of Intellectual Publication*, 6(1), 9–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.51577/ijipublication.v6i1.757>

- Surya, I., & Naipospos, N. Y. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan dalam Keputusan Pembelian Produk Asuransi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(1), 89–92. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i1.2791>
- Tatasari, T., Komaruddin, A., Rosita Meylani, M., & Putri Hapsari, G. (2025). Peran Konten Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image. *Social Sciences Journal (SSJ)*, 3(1), 77–85.
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *CITIZEN : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Tyana, I. D., Widihari, T., & Utami, I. T. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang BRT Trans Semarang Menggunakan Partial Least Square (PLS) (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 11(4), 591–604. <https://doi.org/10.14710/j.gauss.11.4.591-604>
- Utami, V., Rahayu, D., & Ambarwati. (2025). Pengaruh Faktor Demografis dan Faktor Sosial Terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Makanan Tradisional di Pasar Wage Nganjuk. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(4), 1–17. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.3050>
- Yunaida, E. (2017). Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.685>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zusrony, E., Sulistyowati, P., Kusumaningtyas, D. D., Manalu, G., Jaelani, Madyoningrum, A. W., & Kustami, E. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Reputation*, dan *Perceived Quality* Terhadap *Purchase Intention*: Studi Empiris Pada Produk Eco-Friendly Ritel Modern. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 1–8. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13413>