

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Annur, C.M. 2024. *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*.
- Anwar, S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ashari, S. dan 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), pp. 1–15.
- Asnawi, A. dan Rais, M. 2020. Loyalitas Konsumen: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Merek Sepatu Olahraga. *Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(1), pp. 1–12. doi: 10.30598/manis.4.1.1-12.
- Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Balmer, J.M., Lin, Z., Chen, W. dan He, X. 2020. The role of corporate brand image for B2B relationships of logistics service providers in China. *Journal of Business Research* 117, pp. 850–861. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.03.043.
- Budianto, A.Y., Suci, R.P. dan Soedjono. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening. In: *Widya National Conference on Economics dan Business*. pp. 66–74. Available at: <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>.
- Fathul, B.M. et al. 2019. *Bioregion Papua Hutan dan Manusianya*.



- Fransesca, B.A., Primiana, I., Effendi dan Herwany, A. 2016. Impact of coffee product labeling and packaging on purchase behavior with mediating of brand image and brand trust. *Academy of Strategic Management Journal* 15(3), pp. 49–53.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goldfarb, A. dan Tucker, C. 2019. Digital Economics. *Journal of Economic Literature* 57(1), pp. 3–43. doi: 10.1257/jel.20171452.
- Harahap, L.H. dan Khasanah, I. 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Kota Semarang dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management* 12(3), pp. 1–11.
- Hilmawan, R. dan Clark, J. 2019. An Investigation of the Resource Curse in Indonesia. *Resources Policy*. doi: 10.1016/j.resourpol.2019.101483.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cet. ke-11. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jonathan, S. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Keller, K.L. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, dan Managing Brand Equity*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Kothari, C.R. 2004. *Research Methodology: Methods dan Techniques*. 2nd ed. New Delhi: New Age International Publisher.



. dan Armstrong, G. 2008. *Principles of Marketing*. 12th ed. California: Prentice Hall.

- Kurniawan, H.D. 2018. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara* 1(4), pp. 73–82.
- Lee, N.R. dan Kotler, P. 2011. *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good*. 4th ed. California: SAGE Publications.
- Loudon, D.L. dan Bitta, A.J. Della. 2010. *Consumer Behavior : Concepts dan Applications*. New York: McGraw-Hill.
- Malik, B. dan Melinda, T. 2014. The Influence of Sales Promotions on Purchasing Decision Generator Set (Genset) With Brand Awareness As a Mediation Variable. *The 5th International Conference on Entrepreneurship*, pp. 76–89.
- Mowen, J.C. dan Minor, M. 2012. *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Muhtarom, A., Syairozi, M.I. dan Rismayati, R.D. 2022. Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen* 16(1), pp. 36–47. Available at: <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>.
- Ratnasari, V. dan Suhartono. 2024. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah dengan Word of Mouth sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* 4(1), pp. 312–332.
- Sakinah, N. dan Firmansyah, F. 2021. Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 22(2), pp. 192–202. doi: 10.30596/jimb.v22i2.7100.



- ... 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cipta Pustaka.
- Agadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*

Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Cet. ke-1. Yogyakarta: DANI.

Schiffman, L.G., Kanuk, L. dan Hansen, H. 2015. *Consumer Behaviour: A European Outlook*. 11th ed. Pearson Education.

Sekaran, Uma & Roger, B. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. 6th ed. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Simamora, H. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional (Jilid 1)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suwarsih, N., Gunawan, T. dan Istiharini, I. 2021. Pengaruh Media Sosial Terhadap Citra Merek Dan Niat Beli. *Journal of Economic, Bussines dan Accounting (COSTING)* 4(2), pp. 712–730. doi: 10.31539/costing.v4i2.2043.

Tumanggor, R. dan Hidayat, R. 2019. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome Di Kota Bandung 2018). *e-Proceeding of Applied Science* 5(1), pp. 56–64.

Vaudia, C., Moch, C., Dzulkirom, A.R. dan Zahroh, Z.A. 2017. Analisis Activity Based Costing System dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Guna Menentukan Harga Jual Gula (Studi Kasus pada PT. PG. Kebon Agung Unit PG. Kebon Agung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang) Carissa. *Jurnal Administrasi Bisnis* 48(1), pp. 1–10.

Available at: <https://www.neliti.com/publications/88061/analisis-activity-based-costing-system-dalam-penentuan-harga-pokok-produksi-guna>.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran (Aplikasi Software SPSS)*. Malang:

M Press.



Yosefine, C. dan Budiono, H. 2023. Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5(2), pp. 277–286. doi: 10.24912/jmk.v5i2.23395.

