

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>.
- Annisah Shinta, & Hariadi Hadisuwarno. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett*. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 53–67. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1853>.
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan *Initial Public Offering* (Studi Empiris Perusahaan *Go Public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>.
- Fachry, F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang, *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, Volume 2 No 1, April 2020. ISSN 1858 – 1358, E – ISSN 2684 – 7000. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(October).
- Fika Magdalia Ramadana, S. B. et . a. (2022). Pengaruh Penetapan Harga dan Kegiatan Promosi yang Dimoderasi oleh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Samyang di Wilayah Kabupaten Bekasi) *ISSN 2355-8733 Prosiding Manajerial dan Kewirausahaan VI Call for Paper*.
- Hidayati, E. (2023). Pengaruh *Personal Branding* ‘Jerome Polin’ Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian ‘Menantea’ Di Pontianak Dengan Citra Merek Sebagai *Variabel Intervening*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12 no. 2.
- Jumheri, S., & Paludi, S. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Dalam Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(02), 231–244. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i02.7793>.
- Khairunnisa, N., Nurafiah, S., Ekonomi, F., Gunadarma, U., Ekonomi, F., & Gunadarma, U. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow (STUDI*. 49–66.

- Lily, H., & Yurike, V. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan *Tiger Air* Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Priyani Ani, Maryam siti, B. (2020). Analisis Kinerja Karyawan Bank Panin Kcu Kota Surakarta *Edunomika* – Vol. 04, No. 02, Tahun 2020. *Edunomika*, 04(02), 357–368.
- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). *Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth* Dalam Meningkatkan *Buying Decision* Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75–84. <https://doi.org/10.24002/modus.v34i1.5061>.
- Seng Hui, A. L. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Panca Asri Sentosa. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(3), 817–824. <https://doi.org/10.47709/jebma.v3i3.3114>.
- Sianipar, G. J. M. (2022). Pengaruh *Brand Image Dan Personal Branding Felicya Angelista* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* Di Kota Medan *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)* http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi Volume 22 Nomor 1, Maret 2022 p-ISSN : 141. 22, 130–145.
- Teddy, A., & Dinda, A. Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Aplikasi Gofood* Di Kota Bandung *the Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions Through Gofood Application* in Bandung City. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Yunitasari, C., & Japariato, E. (2013). Analisa Faktor-Faktor Pembentuk *Personal Branding* dari C.Y.N. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1(No.1), 1–8.
- Zed, E. Z., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, Cikarang). *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 7(2), 7217–7237.