

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, C. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Sehat dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen).
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). The Effect of Perceived Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decision. Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020), 176(ICoSIAMS 2020), 78–82.
- Augusty Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Assauri, S. (2004). Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Revisi. Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. (2010). Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya.
- Arifah, S. N. (2019). Pengaruh Product Design Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani Cabang Gayamsari Kota Semarang. Thesis. UIN Walisongo
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota manado. Jurnal emba, 1768-1780.
- Basu, Swastha. (2010). Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta. BPFE UGM.
- Bambang Pranoto. (2008). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kendaraan Bermotor. Jurnal Ilmiah Faktor Exacta. STIE-ISM, Jakarta.
- Bilson, Simamora. (2011). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, K. A. A., & Aksari, N. M. A. (2017). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Oriflame Di Kota Denpasar)* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Djaslim, Saladin.(1996). Unsur-Unsur Inti dari Pemasaran dan Manajemen Pemasaran. CV. Maju Mundur, Bandung
- Dumadi., Wulandari, H.K., & Syaifulloh, M. (2020). Pengaruh Brand Image dan Harga Tiket Terhadap Minat Pengunjung Wisata Pulau Cemara Brebes. Vol. 16, No. 2, Hal. 409-418.

- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Fandi, Tjiptono, (1995). *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset. Yogyakarta
- Fristiana, Dessy Amelia. (2012). "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 1 No.1.
- Freddy Rangkuti, (2002) *The Power of Brands, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 13-22.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM 23 SPSS* , (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan penerbit
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Jurnal Pendidikan, Psikologi dan Konseling* , 2 (1), 146-153.
- Hadiwardoyo. (2020). Kebijakan social distancing, physical distancing bagi masyarakat Indonesia.
- Ida, & Hidayati,. (2020). Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Lingkungan Shampo Hijab Sariayu Kompetitif. *Seri Konferensi IOP: Ilmu Bumi dan Lingkungan*, 469(1).
- Irfan & Sophian, S. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Pulau Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*. Vol. 2, No, 3, Hal. 48-64.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Karlina, N., Putu, N., & Seminari, N. K. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip. (1992). Marketing, jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Laila, D., & Vicky, F.S.(2022). Pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian Produk. Jurnal Ekonomi Islam.
- Lin, Y., Hu, Z., Zhao, Q., Alias, H., Danaee, M., & Wong, L.P. (2020). Understanding COVID-19 Vaccine Demand and Hesitancy: A Nationwide Online Survey In China. Plos Negl Trop Dis.
- Musay, Fransisca Paramitasari. 2013. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Maiza, et al. (2022) “Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Pada Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab” .
- Malina, R. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Tresnah Bangkalan. Diss. Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh brand image, persepsi harga, dan service quality terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20-28.
- Oktapiani, S. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Masker Medis Sensi pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 43-49.
- Purnamasari, Sinta dan Murwatiningsih. (2015). Brand Image Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur. *Management Analysis Journal* Vol.4 No.3
- Puspita, Cindy Mega and Budiatmo, Agung (2020) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)

- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649-660.
- Rawung, A., & Sumarauw (2015). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
- Rahmawaty, P. (2014), " Penggaruh Brand Imag, Kualitas Produk, Harga Terhadap keputusan pembelian konsumen sari roti ", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No. 5,
- Restu, S. (2017). pengaruh brand image dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih produk asuransi syariah. Undergraduate tesis, UIN Raden intan lampung
- Roostika, (2012)). Pengaruh Brand Imager hadap keputusan pembelian.
- Rumondor, Priskyla Wenda dkk. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA Volume 5 Nomor 2*.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran brand image dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Santoso, Slamet (2013). *Stasistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*, Ponorogo : Umpo Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Segoro, W., & Ramadhani, M. D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER SENSI SAAT FENOMENA COVID-19. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 1(3), 390-395.
- Sejati, B. S. A., & Yahya, Y. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV. <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>

- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2017). *Startegi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b*(Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Wijayanti, H., & Srihandayani, C. M. (2015). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 20(1 Juli), 107-107.
- Walpole, Ronald E.; (1995) "Pengantar Statistika", edisi ke-3, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,