

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Amruddin, et al. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (M. Sukmawati, Ed.; 1st ed.). CV Pradina Pustaka Grup.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Qiara Media.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P. (2017). *Principles of marketing* (17th global ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). PT Remaja Rosdakarya.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen pemasaran jasa: Strategi, tingkat kompetensi dan implementasi* (Edisi 3). Salemba Empat.
- Riduwan. (2018). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Alfabeta.
- Rina, A. (2019). *Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen*. Prenadamedia Group.
- Sudaryono. (2021). *Manajemen pemasaran*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suranto. (2019). *Manajemen pendidikan*. UNY Press.

Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan dan penelitian*. Andi.

Wahjono, S. I. (2022). *Manajemen dan peran manajer*.

Jurnal dan dokumen lainnya:

Alwi, H., & Aziz, F. A. (n.d.). Analisis pengaruh brand image, digital marketing dan direct promotion terhadap keputusan pembelian. 4(September 2025), 1196–1211.

Anwar, S., & M. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian motor merek Yamaha di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 5(2), 189–202.

Arsi, I. D., et al. (2023). Pengaruh brand image, trust dan promotion terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Traveloka. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi*, 3, 736–751.

Baharun. (2016). Manajemen kinerja dalam meningkatkan competitive advantage pada lembaga pendidikan Islam. *Jurnal At-Tajdid*, 5(2), 243–262.

Depitra, P. S., & Soegoto, H. (2009). *[Data jurnal belum lengkap]*.

Fadhlurohman, M. F., et al. (2023). Pengaruh harga, brand image dan inovasi pada media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian di Matahari Department Store Grand Mall Bekasi. *Jurnal Manajemen Unsera*, 9(1), 28–40.

Fatma, N., et al. (2023). Tujuan dan peran manajemen pemasaran dalam menciptakan nilai pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1).

Gunawan, G., et al. (2020). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian motor berteknologi FI. *[Data jurnal belum lengkap]*.

Ilham, M. D., Bustami, T., & Akbar, R. (2022). Pengaruh sosial media dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 5(2).

Inayah, R. M., et al. (2024). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen produk body care Herborist di Sidoarjo. 27(1), 29–35.

- Indrawan, Y. W. (2024). Digital marketing strategies in the era of Industry 4.0 in leveraging data to enhance customer engagement. *21*(2), 433–440.
- Kader, M. A., Puspita, E., Cahyani, I., & Pauji, I. H. (2025). Penerapan digital marketing dan pembuatan NIB sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Abdi Insani*, *12*, 23–31.
- Kamal, M., Kurniadi, T. M., Sandy, L., & Sakti, T. (2025). Analysis of the influence of digital marketing on consumer loyalty in the Industry 4.0 era. *JMS*, *5*(05), 1234–1242.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi citra merek, kualitas pelayanan, dan harga terhadap minat melanjutkan sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, *3*(2).
- Nirmala, Y., & Asri, W. (2025). Pengaruh brand image UMKM terhadap keputusan pembelian konsumen guna meningkatkan produk. *4*(8), 1656–1665.
- Novia, N. H., et al. (2023). Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *10*(1).
- Nurnajmi, D. N., et al. (2025). Analisis keputusan pembelian di kalangan mahasiswi. *23*(2).
- Patma, T. S., et al. (2019). Konsep dan implementasi manajemen pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *7*(2).
- Pelanggan, T. K. (2022). Pengaruh relationship marketing dan brand image terhadap kepuasan pelanggan. *4*, 30–38.
- Permoni, N. L. E. A., & A. I. N. E. (2023). Pengaruh citra merek, kelengkapan produk dan customer experience terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maratha*, *9*(1), 60–61.
- Qolbi, N., & Hermansyah, T. (2024). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Sanford di Sinar Mart Batam. *Jurnal Al-Amal*, *2*, 50–57.
- Sudarmin. (2023). Pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS Glow. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, *21*(3), 723–729.
- Trimurti, S. C., & Hidayani, Y. (2024). The influence of brand image on purchasing decisions of Wardah products. *7*(2), 103–106.

Wahyudi, A., et al. (2023). Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi pada produk air mineral merek AQUA di Semarang). *Prosiding SENMAS*, 3(1), 14–27.

Zohriah, A., Faujiah, H., Adnan, A., & Nafis Badri, M. S. M. (2023). Ruang lingkup manajemen pendidikan Islam. *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 5(3), 704–713.