

## DAFTAR PUSTAKA

- 425529173-buku-prinsip-prinsip-pemasaran-philip-kotler-gary-armstrong-jilid-1-edisi-12-pdf (1). (n.d.).
- Anastasia, U. , N. Y. (2014). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 181–190.
- Book, . (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- Citra merek brand image*. (n.d.). Retrieved October 30, 2023, from <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Dr.I Nyoman Jampel, M. P. dkk. (2016). *Komunikasi Massa* (pp. 1–3). <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Josinta, A., Tinneke, M., Tumbel, M., Program, L. F. T., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Kota Manado. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 6).
- Juniarso, A., Ardhiyansyah, A., & Maharani, D. P. (2022). *Oriflame Company's Personal Selling and Green Marketing Strategy on Consumer Purchase Interest: A Literature Review*. <https://oriflame.com/about>
- Manajemen, J., Bisnis, dan, Azahari, A., Hakim, L., Studi Magister Manajemen, P., Pascasarjana, P., Riau Kepulauan, U., Kunci, K., produk, K., Harga, P., & Pembelian, K. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. In *Diserahkan Agust* (Vol. 1, Issue 4). <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/index>
- Mukarom, Z., Dakwah, J. M., Dakwah, F., Uin, K., Gunung, S., & Bandung, D. (n.d.). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*. <http://md.uinsgd.ac.id>

- Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Ardiansyah, P., Jailani, Ms., Negeri, S., Provinsi Jambi, B., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*.  
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Pasionista Vianitati. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.  
<https://www.researchgate.net/publication/354059356>
- Prijana Hadi, I., & Megawati Wahjudianata, Ms. (n.d.). *KOMUNIKASI MASSA*.  
[www.google.com](http://www.google.com)
- Putu, I. A., Savitri, D., & Wardana, I. M. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN NIAT BELI ULANG*. 7(10), 5748–5782.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p19>
- Romlah, S., Tinggi, S., Islam, A., & Bangil, P. (2021). PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). In *Jurnal Studi Islam* (Vol. 16, Issue 1).
- Rumus perhitungan Sampel Slovin*. (n.d.).
- Sampouw<sup>1</sup>, C. P., & Wulandari<sup>2</sup>, A. (2020). *Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online “Shopee” sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen Decision Making Process in “Shopee” Online Shopping Site as Consumer Needs Fulfilling* (Vol. 3, Issue 2).
- Singarimbun, M. S. E. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES Indonesia. Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi..2008.Metode penelitian survei.Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.Hal.43
- Valentha, F. V., Satoto, E. B., & Reskiputri, T. D. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK J.CO ROXY SQUARE JEMBER. *Growth*, 20(2).  
<https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2019>

Wulandari, A., Wahyuni, D. P., & Nastain, M. (2021). *Minat Beli Konsumen: Survei Terhadap Konsumen Shopee di Yogyakarta*. 4(3), 123–134.

Wulandari, R. D. , I. D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.