



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE INNISFREE DI
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh:

Gina Garda Utami

2019310378

Sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
JAKARTA
2023**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *skincare Innisfree* Di Tangerang Selatan. Variable independen yang digunakan adalah citra merek dan harga, sedangkan variable dependen yaitu keputusan pembelian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan data primer.

Hasil ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel $5,867 > 1,655$ dan nilai signifikansi nya $0,001 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel $4,641 > 1,655$ dan nilai signifikansi nya $0,001 < 0,05$. Secara bersama-sama citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel $70,771 > 3,06$ dan nilai signifikansi nya $0,001 < 0,05$.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Brand Image and Price on Purchasing Decisions for Innisfree Skincare In Tangerang Selatan. The independent variables used are brand image and price, while the dependent variable is purchasing decisions.

The data collection method in this study is by distributing questionnaires to 150 respondents. The research method used is a quantitative method using primary data.

These results indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t count is greater than t table $5,867 > 1,655$ and a significance value $0,001 < 0,05$. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t count is greater than t table $4,641 > 1,655$ and a significance value $0,001 < 0,05$. Simultaneously brand image and price have a significant effect on purchasing decisions with the value of F count is greater than F table $70,771 > 3,06$ and a significance value $0,001 < 0,05$.

Keywords : Brand Image, Price, and Purchasing Decisions.



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE INNISFREE DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh :

Gina Garda Utami
2019310378
Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jakarta, 31 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,

Dosen Pembimbing

Fajar Adi Prakoso., S.E., M.M
NIDN: 03.110487.08

disetujui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jakarta,

Dr. Luqman Hakim, S.E., M. Si., Ak.
NIDN: 03.041176.04

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Hasanah, S.E., M.M
NIDN: 03.051067.01



**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SKINCARE INNISFREE DI TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

Oleh :


Gina Garda Utami
2019310378
Manajemen Pemasaran

telah diuji dan dinyatakan lulus sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen dari Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jakarta
Pada Juli 2023


Jakarta, 31 Juli 2023

yang menyatakan,

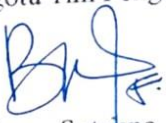
Ketua Tim Penguji


Dr. Nuraeni, S.E., M.M
NIDN: 03.270466.02

Anggota Tim Penguji I


Fajar Adi Prakoso, S.E., M.M
NIDN: 03.110487.08

Anggota Tim Penguji II


Bambang Sutrisno, S.E., M.S.M
NIDN: 03.150489.02



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gina Garda Utami

Nomor Pokok Mahasiswa : 2019310378

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “**Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Skincare Innisfree Di Tangerang Selatan**” adalah benar merupakan karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan ijazah dan gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta, ataupun ijazah dan gelar akademik dari Program Studi dan Perguruan Tinggi yang lain. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tandasitasi dan ditunjukkan pada daftar referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran dalam karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi serta dicabut segala wewenang dan hak saya yang berhubungan dengan ijazah dan gelar Sarjana sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.

Jakarta,

Yang membuat pernyataan



Gina Garda Utami

2019310378

**PERPUSTAKAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

SURAT KETERANGAN

Cek Plagiasi Karya Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abdurochman
Jabatan : Ka. Perpustakaan FEB

Dengan ini telah melakukan cek plagiasi karya ilmiah atas :

Nama : Gina Garda Utami
NIM : 2019310378
Strata : S1 Manajemen
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi
Dengan Judul : Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian skin care Innisfree Di Tangerang Selatan

Hasil Cek Plagiasi tersebut terlampir : 27%

Jakarta, 10 Juli2023

Mengetahui :
Manjemen


(Dr. Hasanah S.E., M.M)

Yang Mengecek
Ka. Perpustakaan


Abdurochman

Gina_Garda_Utami_2019310378.docx

ORIGINALITY REPORT

27%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

1%

2

123dok.com

Internet Source

1%

3

repository.upbatam.ac.id

Internet Source

1%

4

www.coursehero.com

Internet Source

1%

5

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

1%

6

Submitted to Academic Library Consortium

Student Paper

1%

7

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

1%

8

repository.umsu.ac.id

Internet Source

1%

9

core.ac.uk

Internet Source

1%

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Kehendak dan ridha-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan diberikan kemudahan selama proses pelaksanaannya. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat saya cintai dan sayangi

Kepada Kedua Orang Tua

Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih saya yang tak henti terucap saya persembahkan skripsi ini kepada papa dan mama yang telah memberikan kasih sayang yang tiada dapat dibalas dengan selembar kertas yang persembahkan ini. Semoga ini menjadi langkah awal awal untuk membuat papa dan mama Bahagia, karena ku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih banyak. Untuk papa dan mama yang selalu mencintaiku, menyayangiku, menjaga ku, mendoakan ku, selalu mendukung ku dan meridhoi setiap langkah ku dalam melakukan hal yang terbaik.

Kepada Teman-teman

Teruntuk teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namun selalu ku ingat, yang selalu memberikan semangat dan motivasi, dukungan moral serta material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, untuk saudaraku, sahabatku, teman seperbimbingan dan teman perjuangan seangkatan, ku ucapkan terima kasih banyak.

Kepada Dosen Pembimbing

Bapak Fajar Adi Prakoso., S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing saya, terima kasih sudah membimbing dan membantu saya selama penyusunan skripsi ini, yang sudah memberikan nasihat, mengajari dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Gina Garda Utami
Tempat tanggal lahir : Tangerang, 20 Maret 2001
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Kp. Tegal Rotan Jl. Sian No.99 Rt 003/Rw 007
Sawah Baru
No. Telp : 085813370251
E-mail : gardautami01@gmail.com

B. DATA PENDIDIKAN

1. Pendidikan Formal

- a. SD ISLAM AL-FALAAH : 2007 - 2013
- b. SMP ISLAM AL-FALAAH : 2013 - 2016
- c. SMAN 5 KOTA TANGERANG SELATAN : 2016 - 2019
- d. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA : 2019 - 2023

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah Rabbil'alamin dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmah dan hidayah-Nya, dan shalawat serta salam yang senantiasa tercurahkan kepada nabi besar kita Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen (S-1/StrataSatu) program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta. Skripsi ini saya susun dengan judul "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di Tangerang Selatan".

Sebagai penulis saya menyadari bahwa skripsi yang disusun tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, motivasi, serta bantuan dan do'a dari berbagai pihak selama proses pengerjaan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan rasa syukur dan terima kasih serta penghargaan yang tidak terhingga kepada semua pihak yang bersimpati dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Luqman Hakim, S.E., M.SI.,Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Ibu Dr. Nuraini, S.E., M.M selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Ibu Hairul Triswati, S.E.,AK., M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Bapak Dr. Imam Muhtadin, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
5. Ibu Dr. Hasanah, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
6. Ibu Sunarti, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.

7. Bapak Fajar Adi Prakoso, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini sampai selesai.
8. Bapak Gilang Pandu Palagan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu saya dari awal semester perkuliahan hingga akhir semester.
9. Para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan ilmu pengetahuan kepada penulis skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta.
10. Seluruh Staf Tata Usaha dan Karyawan yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
11. Teruntuk kedua orang tua saya Ayahanda Aries Budiono dan Ibunda Dhian Nurdhiana yang sayangi dan cintai, dan selalu mendoakan dalam aspek kehidupan dan menjadi segalanya yang terbaik bagi diri saya. Tidak ada kalimat yang dapat menggambarkan kebaikan, keikhlasan, perjuangan, ketulusan serta pengorbanan tanpa mengenal pamrih kedua orang tua saya tercinta.
12. Kedua kakak saya Sabrina Silmy Maulida dan Robby Mugi Jatmika yang menjadi penyemangat saya.
13. Kepada sepupu saya Shafa Alfany Mauriza yang sama-sama sebagai pejuang skripsi dan banyak menemani dalam penyusunan skripsi ini.
14. Teman terdekat saya Zahra Alifia Yasmin, Luthfiya Salsabila, dan Nala Salsabila sekaligus teman seperjuangan skripsi yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan motivasi.
15. Kepada teman saya Adinda Dwi Yanti dan Abdur Rafi yang telah banyak membantu saya selama proses penyusunan skripsi ini.
16. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama dan saling menghargai dan memotivasi demi mendapatkan hasil terbaik.
17. Kepada seluruh responden yang sudah bersedia meluangkan waktu nya untuk membantu dalam pengisian kuesioner dalam penelitian skripsi.

18. Serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara dukungan, saran serta do'a.

Meski telah disusun secara maksimal, namun penulis sebagai manusia bisa menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar nantinya penelitian ini bisa lebih berguna untuk banyak komponen yang membutuhkan.

Demikian apa yang bisa penulis sampaikan, semoga pembaca dapat mengambil kebaikan dan manfaat dari penulisan ini.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 13 Mei 2023

Gina Garda Utami

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN TIM PENGUJI	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
B. PERUMUSAN MASALAH PENELITIAN	9
C. TUJUAN PENELITIAN	9
D. MANFAAT PENELITIAN.....	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS	11
A. TINJAUAN LITERATUR.....	11
1. Teori Relevan.....	11
2. Perilaku Konsumen.....	11
3. Citra Merek	15
4. Harga.....	18
5. Keputusan Pembelian.....	20
B. KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS.....	28
1. Kerangka Berpikir.....	28
2. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31

A. DESAIN PENELITIAN	31
B. OPERASIONAL VARIABEL	32
C. SUMBER DATA, TEMPAT, DAN WAKTU PENELITIAN	35
1. Sumber Data.....	35
2. Tempat dan Waktu Penelitian	35
D. POPULASI DAN SAMPEL.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sample.....	36
E. METODE PENGUMPULAN DATA.....	37
1. Survei	37
2. Wawancara.....	37
3. Observasi.....	38
F. METODE ANALISA DATA	38
1. Skor Penilaian	39
2. Uji Kualitas Data.....	40
3. Uji Asumsi Klasik	41
4. Analisis Linear Berganda.....	43
5. Uji Koefisien Determinasi	44
6. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. HASIL PENELITIAN.....	48
1. Hasil pengumpulan data.....	48
2. Data Responden	52
3. Uji Kualitas Data.....	55
4. Uji Asumsi Klasikk.....	58
5. Analisis Linear Berganda.....	60
6. Uji Koefisien Determinasi	61
7. Uji Hipotesis	62
B. PEMBAHASAN	65
C. REFLEKSI TAUHID	67
1. Citra Merek	67
2. Harga.....	68
3. Keputusan Pembelian.....	69

BAB V PENUTUP.....	70
A. KESIMPULAN	70
B. IMPLIKASI.....	70
C. KETERBATASAN	72
D. SARAN	72
DAFTAR REFERENSI	74

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1: Daftar Rekomendasi <i>Skincare</i> dari Korea Selatan	5
Tabel 1.2: Daftar Harga Murah Berkualitas <i>Skincare</i> Korea	6
Tabel 1.3: <i>Research Gap</i>	7
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1: Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3.2: Skor Penilaian Data Penelitian	40
Tabel 4.1: Jenis Kelamin Produsen	52
Tabel 4.2: Usia Responden	53
Tabel 4.3: Tingkat Pendidikan Responden	53
Tabel 4.4: Penghasilan Responden	54
Tabel 4.5: Uji Validitas Citra Merek (X1)	55
Tabel 4.6: Uji Validitas Harga (X2)	56
Tabel 4.7: Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.8: Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9: Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.10: Hasil Analisis Linear Berganda	60
Tabel 4.11: Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
Tabel 4.12: Hasil Uji t	62
Tabel 4.13: Hasil Uji F	63

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1: Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1: Logo <i>Innisfree</i>	50
Gambar 4.2: Logo Baru <i>Innisfree</i>	51
Gambar 4.3: Uji Normalitas	58
Gambar 4.4: Uji Heterokedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1: Kuesioner	77
Lampiran 2: Tabulasi Data Variabel Citra Merek	83
Lampiran 3: Tabulasi Data Variabel Harga	88
Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	93
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	98
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas Harga.....	99
Lampiran 7: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	100
Lampiran 8: Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Lampiran 9: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	102
Lampiran 10: Hasil Metode Analisis Data.....	103
Lampiran 11: Hasil Uji Hipotesis.....	104

DAFTAR REFERENSI

BUKU

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ananda, A. (2014). *Kreatifitas untuk Booming*. Grasindo.
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Prenhanllindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Harlow: Person Education.
- Kasmir. (2010) *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Peter, j. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Mc Graw Hill Education and Salemba Empat.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan d*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran, analisa perilaku konsumen*. (Edisi pertama). Cetakan ketiga.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

JURNAL

- Agle, C. O. M. A. W. C. (2010). *E Rrors of the K Orean W Ar*. 12, 241–245.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Budaya, P., Dan, A., Merek, E., Keputusan, T., Dimediasi, P., Ambassador, B., Majid, M. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Negeri, U. I., Malik, M., & Malang, I. (2022). *PENGARUH BUDAYA ADIAFORA DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH BRAND AMBASSADOR (Studi Kasus Mie Lemonilo Special NCT Dream di Kota Malang)*.
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner*, 4(1). <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.173>
- Estu Mahanani. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2(3), 53–61
- Fitria, E. (2022). Pengaruh Hallyu/Korean Wave dan Country of Origin Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Impor Asal Korea Selatan, Skincare (Studi Kasus Penggemar Hallyu di Yogyakarta). *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Julioe, R. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 1(1), 262–270.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>

- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 98. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p98-105>
- Muhammad, E. M., Muhammad, M. G., & Hafiz, K. I. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. *International Journal of Business and Social Science*, 3(23), 123–129. http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_23_December_2012/13.pdf
- Pradana, D., & Hidayah, S. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor The influence of price of product quality and brand image of brand image on motor purchasing decision*. 14(1), 16–23.
- Prasastiningtyas, T. R., & Djawoto. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–15.
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya*.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal EMA*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.33>

WEBSITE

www.amazing.co
www.idntimes.com
www.suara.com
www.liputan6.com
www.databoks.katadata.co.id
www.pickybest.id
www.innisfree.com
www.tribunnewswiki.com
www.riarealita.com