

DAFTAR PUSTAKA

- Acikgoz, F. Y., Kayakus, M., Zabava, B.-S., & Kabas, O. (2024). *Brand Reputation and Trust: The Impact on Costomer Statisfaction and Loyalty for the Hewlett-Packard Brand*. 16(22).
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 433–443.
- Alam, K., Jahan, N., Chowdhury, R., & Mia, T. (2023). Impact of Brand Reputation on Initial Perception of Consumers. *Journal of Pathfinder Publisher*, 1(1).
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4 ed.). SAGE Publications.
- Duan, J., Xie, R., Yuan, S., & Zhao, J. (2022). Review of the Influence of Marketing Innovation on Consumer Behavior in Digital Economy. *BCP Business & Management*, 23, 723–731.
- Farkhan, S. A. (2024). Pengaruh Diferensiasi Produk, Reputasi Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Fashion Muslim di Zoya cabang Solo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 3(01), 212–221.
<https://journal.itbaas.ac.id/jieig>
- Fatmah, D., & Rukmini. (2022). Pengaruh Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Dusun II Desa Tanjung Mulia Kecamatan Tanjung Morawa). Dalam *Maret: Vol. IX* (Nomor 1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2013). *Basic Econometrics* (5 ed.). McGraw-Hill.
- Kamaluddin, A., Rachmat, B., & Nurhadi, M. (2024). Analisis Pengaruh Nilai Hedonis, Reputasi Merek, dan Informasi Dari Mulut Ke Mulut Terhadap Niat Beli Pada Produk Starbucks Di Surabaya. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 147–155.
- Kerlinger, F. N. (2006). *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Ghalia Indonesia.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2021). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)* (Vol. 6, Nomor 3).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (12 ed., Vol. 1). PT. Indeks.
- Lestari, C. (2024). *KREATIVITAS DAN INOVASI BISNIS* (W. Yuliani, Ed.; 1 ed.).

- Mardikaningsih, R., & Darmawan, Di. (2023). Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital. *GLORY (Global Leadership Organizational Research in Management)*, 1(4), 371–386. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/glory.v1i4.925>
- Rayi, G., & Aras, M. (2021). How Product Innovation and Motivation Drive Purchase Decision as Consumer Buying Behavior. *Journal of Distribution Science*, 19(1), 49–60.
- Rianti, A. S. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Point Equilibrium Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 130–138.
- Ridwan. (2024). Price Perception and Brand Affect Purchase Decision. *SNERF*, 1(1), 24–29.
- Rizkiawan, A., Kadi, D. C. A., & Setiawan, H. (2024). PENGARUH REPUTASI MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP REPURCHASE INTENTION PRODUK RESPIRO RIDINGWARE MADIUN. *SIMBA* 6, 6.
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). *PENGARUH HARGA, IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI HONDA SCOOPY DI YOGYAKARTA*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. Ch. A. (2022). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS USAHA KERAJINAN KAYU DI KECAMATAN TAGULANDANG KABUPATEN SITARO). *Jurnal EMBA*, 10(3), 447–457.
- Rosadi, A. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT TEMBOK PROPERTY ANTI BAKTERI PADA PT. SUMBERMAS ARTA BAHAGIA*. Universitas Satya Negara Indonesia.
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- SUmurnti, O. M., & Srifariyati. (2024). *Perumusan Variabel dan Indikator dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan*. 9(1), 18–30.
- Tamba, R. S., & Tasya, P. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek Terhadap Minat Pembelian Smartphone Import Samsung Di Kota Jakarta Timur. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 3(1), 82–93.
- Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Andy.
- Zhao, H., Yang, Q., Yao, X., & Lu, Z. (2021). Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role. *Frontiers*, 12.

Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriamur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>



THE
Character Building
UNIVERSITY