

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *DIJDBM: Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Cahyaningtyas, T. P. D., Fauzi, A., Permana, J. R., Maharani, K., Rumahorbo, L. O., Safira, M., & Alfathan, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ojek Online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penelitian Terapan (JMPPT)*, 1(1).
- Crismonita, R., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Maskapai Lion Air PT Lion Mentari Airlines (Studi Pada Penumpang Maskapai Lion Air Rute Semarang – Jakarta). *JIAB, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4).
- Dewangkara, P., & Hasin, A. (2023). Pengaruh Standar Operasional Prosedur (SOP) terhadap Kualitas Layanan (Studi Pada Balakosa.Co). *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(2), 8–19.
- Djaelani, M., & Darmawan, D. (2021). Dulux Wall Paint Purchase Decision: The Role of Brand Image, Price, And Product Quality on Consumer Behavior of Paint Products. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 150–160.
- Fatmawati, E., & Hayati, B. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Brand Image Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1023–1033.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Undip.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10(3), 101–111.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2017). *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *Journal Manajemen Indonesia*, 6(1).

- Kurniawan, D., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2021). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Money Fintech Pada Mahasiswa di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(3), 695–704.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(1).
- Latief, F., Firman, ;Ahmad, & Dirwan. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1), 391–400.
- Liya, I., Budiono, H., & Karmila. (2021). Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sedap Selection Korean Spicy Chicken. *REVENUE : Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26.
- Mahasani, E. F., & Wahyuningsih, T. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan GoRide dan GrabBike di Yogyakarta. *Journal STM YKPN*, 2(1), 57–68.
- Muhammad Rifqi Ridha, Afifudin, & Sari, A. F. K. (2023). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Besar Kota Malang. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1).
- Mulyanto, D. (2022). Word of Mouth, Harga, Kualitas Pelayanan dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Gojek di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 5(1), ISSN: 2797-2194.
- Nasution, S. M. A., Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2023). Keputusan Pengguna Transportasi Online: Persepsi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 24(2), 135–149.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361–375.
- Palupi, N. D. G. E., Indratno, D. L., Rinaldi, Azwar, & Supardin, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Yogyakarta. *Jurnal Edunomik*, 7(2).
- Rizaty, M. A. (2023). *Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif RI Sebanyak 23,98 Juta pada 2022*. <https://DataIndonesia.Id/>. <https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/tenaga-kerja-ekonomi-kreatif-ri-sebanyak-2398-juta-pada-2022>
- Sari, A. F. R., & Steven. (2022). Pengaruh Perceived Ease of Use, Brand Image, Word of Mouth, Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa serta Dampaknya terhadap Loyalitas. *Widya Manajemen*, 4(1), 12–20.

Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 201–212.

Sugiarto. (2015). *Metode Statistika Bisnis*. Matana Publishing Utama.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. CV Alfabeta.

Supadilah. (2022). *Peluang Usaha Barbershop*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-usaha-barbershop>

Supranto, J. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi* (Ed. 8). Erlangga.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. *JIAB, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1).

Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish Semarang University.

Wikantara, I. W. A., & Rastini, N. M. (2021). Pengaruh Perceived Ease of Use, Word of Mouth, dan Brand Image terhadap keputusan penggunaan Transportasi. *E-Jurnal Manajemen*, 10(5), 436–455.

