

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Managment Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.95-107>
- Alamsyah, A., Bukhori, M., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Brand Image, Digital Marketing Dan Reference Group Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Muhammadiyah 1 Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2), 365–375. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.27>
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi Dea Farahdiba Mahasiswa Magister Sains Manajemen, Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 1–16.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- MS, A. M. H., Syah'roni, S., & Marlina. (2013). Pengaruh Reference Group Dan Marketing Mix Terhadap Minat Menggunakan Produk Kjks / Bmt. *Jurnal Penelitian*, 10(2).
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian di Kota Makassar. *Manajemen, Ide, Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Puspitaningsih, R., & Setiapuspita, S. (2020). Pengaruh Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar di Kota Bandung. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 9(1), 55–62. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v9i1.3524.55-62>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.567>
- Santosa, A. D., & Cahyaningtyas, I. D. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Reference Group Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 67–73. <https://doi.org/10.37058/jem.v6i1.1484>
- Sarah, S. F., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>



- Sari, A. K. (2013). Pengaruh citra merek dan keluarga terhadap keputusan pembelian honda beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 285–296.
- Siregar Hanum Farida, & Aziz Azhar. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Handphone Android Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. *Jurnal Teknik, Kesehatan, Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 70–76.
- Viatama, B. I., & Rizal, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sepatu Adidas di Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 324. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.902>

