

DAFTAR PUSTAKA

- Ajijah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179–211. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1493416> (Diakses pada 22 Maret 2024, Pukul 06:00)
- 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> (Diakses pada 11 Januari 2024, Pukul 16:21)
- Asmarita tri Utami, M., & Eko Astuti, M. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP MINAT BELI MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Upajiwa Dewantara*, 7(2).
- Damayanti, F., Harmawan Saputra, M., & Rahmawati, F. (2023). Impact of Brand Image and Product Quality in Improving Purchase Decisions Through Consumer Trust in Product Users of PT. Unilever Indonesia. *Jurnal of Applied Business and Banking (JABB)*, 4(1), 23–36.
- Duta Aulia, D. (2024). Aksi Boikot Produk Israel Ubah Pola Konsumsi Masyarakat ke Brand Lokal. Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-7246383/aksi-boikot-produk-israel-ubah-pola-konsumsi-masyarakat-ke-brand-lokal/amp> (Diakses pada 21 Juli 2024, Pukul 16:00)
- Elvira Nurdiansyarani, R. (2023). Boikot Produk Israel Meningkatkan, Usaha dan Bisnis Indonesia Potensi Kena Dampak. UNAIR NEWS. <https://unair.ac.id/boikot-produk-israel-meningkat-usaha-dan-bisnis-indonesia-potensi-kena-dampak/> (Diakses pada 21 Juli 2024, Pukul 21:00)
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018b). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. In *E-Book* (Vol. 1).
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *International Journal of Multivariate Data Analysis* (7th ed., Vol. 1, Issue 2). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2023). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(4), 2336–2346. <https://doi.org/10.1055/s-0032-1328522> (Diakses pada 11 Januari 2024, Pukul 21:28)
- Mursyid, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk Pt. Unilever Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.26798/manise.v1i1.575> (Diakses pada 11 Januari 2024, Pukul 16:28)
- Mutiara, P. B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 363–371. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.90> (Diakses pada 12 Januari 2024, Pukul 07:00)
- Mutiara Wati, K. (2023). Analysis of financial statements in measuring the performance of UMKM in Mamuju Regency (Case Study on the AL-KAHFI FOOD Business Group). *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 14(2), 415–418.
- Prasetio, A., & Angelina, A. P. (2023). The Influence of Brand Image and Product Price towards Purchase Decision at E-commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 67–83. <https://doi.org/10.22441/jimb.v9i1.15185> (Diakses pada 12 Januari 2024, Pukul 07:16)
- Prasetyani, E. T., & Wibisono, T. (2024). MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER DENGAN KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 22(1), 858–867.
- Pratami, N. L. K. D., Trianasari, & Atidira, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 31. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26187> (Diakses pada 12 Januari 2024, Pukul 08:00)
- Probosari, N., Kusmayadi, A., Wijayani, A., Ayu Ardhanariswari, K., Ramadan Pandu Setia Negara Siregar, I., & Okta Viyani, A. (2022). Relationship Between Knowledge Management with Cost Leadership and Differentiation Strategies in Sumbawa Weaving SMEs: The Moderating Role of Organizational Design. *Journal Economics and Business Quarterly Reviews*, 5(3), 229–238. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.05.03.450> (Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 05:00)
- Purba, C. W., & Heryenzus. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Online di Shopee pada Karyawan di Kota Batam. *Jesya*, 6(1), 2614–3259. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.879>

(Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 05:21)

- Rahmawati, H., & Driyan Pradana, W. (2024). PERILAKU PEMBELIAN ONLINE KONSUMEN PRODUK KOSMETIK: PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN CELEBRITY ENDORSEMENTS DI DIY. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 366–380.
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkas Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137–150. <https://doi.org/10.35145/jabt.v1i2.40> (Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 05:28)
- Rizky, M. (2024). *Dampak Boikot Pro Israel di RI, Ujung-Ujungnya Pekerja yang Rugi*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240314115909-4-521906/dampak-boikot-pro-israel-di-ri-ujung-ujungnya-pekerja-yang-rugi/amp> (Diakses pada 21 Juli 2024, Pukul 10:00)
- Rohmanuddin, & Arif, S. H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel Pakaian “Sting” Cabang Kedoya Green Garden). *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 78–89.
- Sanjiwani, S. M., & Ketut Westra, I. (2022). The Influence Of Brand Image And Price On Pixy Lip Cream Buying Decision At Pt Mandom Indonesia Tbk Bali 2022. *Arthaniti Studies*, 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7122519> (Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 05:30)
- Setyawan, S. P., & Hakim, L. (2023). Pertimbangan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga SPECS melalui Citra Merek , Desain Produk , dan Persepsi Harga (Kasus di Kelurahan Kopen, Teras, Boyolali). *Jurnal Mirai Management*, 8(3), 267–275. <http://excelingtech.co.uk/> (Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 06:00)
- Sudaryanto, Suroso, I., Pansiri, J., Umama, T. L., & Hanim, A. (2021). Impact of culture, brand image and price on buying decisions: Evidence from East Java, Indonesia. *Innovative Marketing*, 17(1), 130–142. [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.11](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.11) (Diakses pada 13 Januari 2024, Pukul 06:06)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tri Cahyono, E., & Syahril, M. (2023). PENGARUH IKLAN DAN DUTA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN SHOPEE. *Gema Ekonomi*, 12(2), 558–569.
- Unilever. (2022). *Solid Runway for Competitive Growth*.

Wahyuning, D. R., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA