

Referensi

- Abdillah, M. S., & Jaya, R. C. (2025). *Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Signature di Kota Bandung*. 4(3), 308–317. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3>
- Agistryadi, D. T., Budiman, & Rismanto, H. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok GG Mild Pada PT Gudang Garam Garut*. <https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jesm.v2i02.241>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *Organizational Behavior And Human Decision Processes* (Vol. 50). <http://www.sietmanagement.fr/wp-content/uploads/2017/12/Ajzen.pdf>
- Alfiani, L., Fitriadi, B. W., & Pauzy, D. M. (2024). Pengaruh Periklanan, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Rokok Herbal PT. Tridaya Sinergi Indonesia. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(3), 175–187. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4287>
- Alrizqi, D. G., Ridwan, N. H., Yani Ni Luh Sinta, & Sari, P. N. (2025). Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Keputusan: Peran Mediasi Brand Trust. *Jurnal Administrasi Profesional*, 6(2), 157–173. <https://doi.org/10.32722/jap.v6i2.8106>
- Anshori, F. Al, Musahidah, U., & Triyono. (2025). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mumtaz Laundry*. 2(2), 3032–7253. <https://doi.org/10.61111/great.v2i2.917>
- Artati, D., & Kaharti, E. (2025). Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Elektrik (VAPE). *Jurnal Ekuilnoma*, 7(1), 240–250. <https://doi.org/10.36985/ccw4cv70>
- Azmi, N., & Yusuf, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Signature. *Journal of Management and Economics Research*, 1(1), 41. <https://doi.org/https://doi.org/10.62866/jomer.v1i1.58>
- Ceasario, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Juara pada PT KT&G TSPM Pasar Minggu, Jakarta Selatan*. 2(4), 209–221. <https://doi.org/10.33753/sociora.v2i4.69>
- Firmasnyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/329587407_Perilaku_Konsumen/links/5c24627b458515a4c7faed1d/Perilaku-Konsumen.pdf
- Firmasnyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. <https://umkmdkerens.depok.go.id/cms/api/Master/application/pdf/63zdj1r70k56xvug1712044573.pdf>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haryono, D., & Kurnianingsih, H. (2022). *Menguji Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Elektrik Di Soloraya* (Vol. 15, Issue 1).

- Kurniawan, F. D., & Prabowo, P. K. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Elektrik (Vape) Di Vapor Pro Sidoarjo. In *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* (Vol. 9, Issue 9). <https://sejurnal.com/pub/index.php/jikm/article/view/5163/5067>
- Mashudy, M., & Surianto, M. A. (2024). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Surya 12 (Studi Pada Konsumen Di Kabupaten Gresik)*. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Mukharomah, M., Kurniawan, B., & Meiriyanti, R. (2023). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Toko Tembakau Nusantara Melalui Word Of Mouth*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i3.87>
- Muthalib, D. A., & Masse, A. (2025). *Pengaruh Citra Merek Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Jazy Mild Pada PT. Niaga Nusa Abadi*. 2(1), 177–187. <https://doi.org/https://doi.org/10.55598/homanis.v2i1.33>
- Nasution, M. A. D., & Rachmadi, M. (2025). *Pengaruh Iklan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rokok Sampoerna Di Kecamatan Binawidya Kota Pekanbaru*. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/JEIS>
- Purnomo, E. C. (2024). *Pengaruh Promotion Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v18i12.888>
- Putra, O. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Rokok PT. Gudang Garam*. 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.773>
- Rizqoeni, V., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Preferensi Konsumen pada Produk Fashion Nafasa Busana Muslimah Kedungwuni. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 24–45. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1862>
- Sipahutar, R. W., Ritonga, M., & Simanjorang, E. F. S. (2025). *Analisis Brand Image, Persepsi Harga, Promosi Online Dan Gaya Hidup Hedonis Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Iqos PT.HM Sampoerna Di Rantauprapat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.56015/gjikplp.v11i4.437>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. www.cvalfabeta.com
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. www.cvalfabeta.com
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen*. www.publisher.alungcipta.com