

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23–37.
- Afifah, S. N., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Brand image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *E-Proceeding of Management.*, 9(4), 2113–2123.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Ameliany, N. (2019). Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (E-Commerce) Dalam Jaringan Sosial Internet Nanda. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 12–21.
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Kompor Gas Rinnai Pada Konsumen Kelurahan cereme Taba Kota Lubuklinggau. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 16(11), 72–87.
- Apriliani, D. U., Kartika, S. E., & Nadiya, A. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Batrisyia Herbal. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 470–479.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15, 1–13.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi revisi. BPFE, UI. Jakarta.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman*, 5(2), 14–23.
- Azmy, A., Nauyoman, D., & Zakky, M. (2020). The Effect Of Brand Image And

- Perception Of Products On The Purchase Decisions Of Matic Motorcycle In East Belitung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 31–42. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i1.25278>
- Badri, M. (2011). *Komunikasi Pemasaran UMKM di Era Media Sosial, Corporate and Marketing Communication*. Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Progrman Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Budiyanto, T., Kojo, C., & N, H. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 488–500.
- Creswell, J. W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu)*. Pustaka Pelajar.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Dairina, L., & Sanjya, V. F. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1).
- Egha, H., Widiastomo, H., & Achsa, A. (2021). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Kinerja*, 18(1), 15–23.
- Ernawati, & Sidik, G. F. B. (2022). Influence of Product Quality on Purchase Decisions at the Roti Agung Factory, Tasikmalaya Regency. *Cipasang Techno Pesantren: Scientific Journal*, 16(2), 11–25.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Journal Informasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, & Widiyanti, M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182–189.
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Ekonomi Manajemen Dan Akutansi*, 26(47), 44–52.

- Fauzul, R., Nugraha, A. A., & Nurdyansyah, H. (2022). Influence Brand Image and Price on Purchase Decision (Study on Fashion Consumers In a Distro In Bandung. *Bisnis & Entrepreneurship*, 16(2), 178–185.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, N. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama*. Qiara Media.
- Ghoribi, K. A., & Waloejo, H. D. (2018). Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli. *Jurnal Ilmu Adminiatrasi Bisnis*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Badan Penerbit Univeristas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Herlissha, N., & Fitari, T. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19. *Equity : Jurnal Ekonomi*, 09(02), 47–59. <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.64>
- Igri, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- Adha, I. F. (2019). *Media Baru dan Komunikasi Interpersonal : Studi Etnografi*

- Virtual Komunikasi Interpersonal berbasis Media Baru di Grup Whatsapp Badan Sosial Mardi Wuto Yogyakarta periode Mei-Juni 2019*. Universitas Mercu Buana.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jahja, R. (2022). Effect of Product Quality Brand Image Towards Purchasing Decision With Trust as an Intervening Variable. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 18461–18474.
- Kennedy, J. (2006). . *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer.
- Kertajaya, H. (2007). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2015). *Marketing introducing prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education.
- Kotler. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih. Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid I*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2017). *Marketing Manajement, 15th Edition*. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, M. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi*

- Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35892>
- Lifani, S., Ulfah, M., & Kusumadewi, R. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk*. 1(2), 83–92.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17. [http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku new.pdf](http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/2/jurnalku%20new.pdf)
- Maftuchach, V., & Putri, N. A. (2022). The Influence of Brand Image and Product Quality on the Purchase Decision of Pixy Powder Products. *Literatus*, 4(1), 301–322.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 49–64.
- Mazuanda, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung. In *Universitas Pasundan*. Universitas Pasundan.
- Melyani. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distriversa Buana Studi Kasus pada pemakai Balsem cap Macan di Jakarta. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2), 1–13.
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace

- (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nasution, A. M. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan*.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Nurmalita Sari, Sudarmiatin, & Titis Shinta Dhewi. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone Users in Malang City). *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 129–137. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.219>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Pratama, B. S., Fathoni, A., & Hashiolan, L. B. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di Event-Event Kampus)*.
- Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa'diyah, C. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(02), 129–137. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Purwandani, M., & Widodo, A. (2022). Price as an Intervening Variable in the Effect of Brand Image on Purchasing Decisions. *Journal Manajemen Bisnis*, 9(2), 350–356.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putra, I. P. A. D., Suartina, I. W., & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Biro Jasa Travel Red Rice di Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal*

- Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(7), 1446–1456.
- Rahmadani, R., & Ananda, F. (2018). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 4–14.
- Rambe, P., & Mosweunyane, L. (2017). A Poverty-Reduction Oriented Perspective to Small Business Development in South Africa: A Human Capabilities Approach. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 9, 289–302.
- Rosyta Arum Pambudi. (2021). *Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Rosyta Arum Pambudi Program Studi Manajemen*.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Definisi lima tingkatan produk, buku pendekatan praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.782>
- Sarjana, B., Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga Perumahan Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 356. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20041>
- Satriawan, A. T., & Nilowardono, S. (2023). *The Effect of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of a Xiaomi Smartphone (Study on Surabaya Students)*. 3(1), 40–44. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i4.29479>
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2012). *Perilaku Konsumen. Edisi ke 2*. Indeks Gramedia.
- Shareef Akhter Mahmud, Kumar Uma, & Kumar Vinod. (2019). Role of different electronic-commerce (EC) quality factors on purchase decision: a developing country perspective. *Journal of Electronic Commerce Research*, 9(2), 92–113.
- Shihab, M. S., & Cahya, N. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(01), 34–46.
- Sudiyono. (2018). *Manajemen Pemasaran usaha Wisata*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Rafika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Alfabeta (ed.)). CV. Santrock, John W (2003).
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offsite.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Center of Academic Publishing Service.
- Syahtidar, N., Suherman, & Siregar, M. E. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Marketplace di Bekasi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 44–60.
- Syamsurizal, & Ernawati Sri. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal Brand*, 2(2), 177–183.
- Tahir, M. (2023). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(2), 378–385.
- Tasia, A. A., Sulistyandari, & Kinasih, D. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(1), 74–85.
- Thomposon, A. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for*

- competitive advantage, concepts and readings*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. ANDI.
- Wati, I. P. M., Ellyawati, N., & Abu, I. (2023). Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Forthis House Samarinda. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 164–171.
- Wijaya, & Elok, S. C. R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Di Stiesia Surabaya. In *STIESIA Surabaya*. STIESIA SURABAYA.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). engaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 279–287.