

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). 6(3), 96–107. [Http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah](http://Ejournal.Unida.Gontor.Ac.Id/Index.Php/Altijarah)
- Ansah, A. (2017). Pengaruh Desain Produk, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Original Pada Pelanggan Sport Station Solo. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 178–189. <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V1i2.2211>
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelid. In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Asitya Wijaya, T., & Santi Budiani, M. (2022). Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee Di Daerah Surabaya.
- Ayu Bunga Pertiwi, Hapzi Ali, & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V3i6>
- Desyani, E., & Ponirin, W. (2016). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Motor Merek Yamaha Nmax Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3), 229–240.
- Faujiah, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart). *Jurnal Of Indonesia Management*, 3(1), 37–48.
- Faujiah, R., Budhi, Fitriadi, W., & Barin Barlian. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart). In *Journal Of Indonesian Management* (Vol. 3, Issue 1).

- Fermayani, R., Shadiq Egim, A., & Rianto Harahap, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada Pt. Yamaha Tjahaja Baru). *Ecogen Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 4(3), 427–435. <Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Students/Index.Php/Pek/Index>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. <Http://Jurnal.Umj.Ac.Id/Index.Php/Semnaslit>
- Herdiyanti, Abduh Anwar, M., Mere, K., Apriyono, T., & Suyatno, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian: Literature Review Manajemen Pemasaran.
- Herlambang, H., Mulyana, M., & Riwoe, F. L. R. (2022). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 169–178. <Https://Doi.Org/10.37641/Jikes.V2i2.1456>
- Katili, B., Mandey, S. L., & Saerang, I. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Speaker Merek Yamaha Di Fortino Audio Manado. *Januari*, 6(1), 91–100.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. In *Jurnal Emba* (Vol. 9, Issue 3).
- Nasution, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan.
- Ngurah Dwi Dharma Putra, G., Putu Nita Anggraini, N., & Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, I. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan

Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Gianyar. 4.

Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). 4(1). <https://doi.org/10.31933/Jimt.V4i1>

Notoatmodjo. (2018). Metodologi Penelitian Kesehatan. Rineka Cipta.

Oktasari, M., Rinaldo, J., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max Cv.Tjahaja Baru Damar Padang. *Jm*, 3(3), 575–586.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. In *Journal Of Business & Applied Management* (Vol. 10, Issue 1).

Pojira. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Merek Yamaha (Nmax) Pada Masyarakat Kecamatan Koto Kampar Hulu Kabupaten Kampar.

Prasetya, D. E. B. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Di Purwokerto.

Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2015). Analisis Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Pada Customer Distro Jolly Roger Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1), 1–15. [Http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)

Reinout Adonis, M., & Budi Rahayu Silintowe, Y. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y (Vol. 3, Issue 1).

Riandi, R. F., & Lukiarti, M. M. (2023). Pengaruh Desain Produk, Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha N-Max Di Kecamatan Rembang. In *Equivalent : Journal Of Economic*,

Accounting And Management (Vol. 1, Issue 2).
[Http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index](http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index)

- Riswandi, R., Rianto, T., & Sarah Ginanjar, N. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomak*, 6(1), 76–87.
- Rokh Eddy Prabowo, Kis Inriyaningrum, & Anggita Dian Setyani. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(4).
- Salea, C., Lopian, S. L. H. V. J., & Tielung, M. V. J. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Cepat Saji Kfc Bahu Manado Pada Masa Covid-19. In *1293 Jurnal Emba* (Vol. 9).
- Samuel. (2023). Analisis Daya Tarik Promosi Kinerja Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada Pt Graha Motor Di Pontianak. *Bisma*, 8 No 1, 199–209.
- Saputro, E. A., & Widiastuti, E. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Kota Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 1–10.
- Setiawan, R. W. (2023). Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Wisatawan Membeli Souvenir Di Toko Oleh-Oleh Lombok.
- Setyarko Yugi. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Statistika Untuk Penelitian (Edisi Cet.31). Alfabeta.

- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 6).
- Tjiptono, F. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen (Edisi 4 Andi Offset).
- Wardah Robiah, D., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Yume : Journal Of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.235>
- Wulandari, D. P. (2017). Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tenun Ikat Aam Kodok Ngorek Putra, Bandar Kidul Kediri.
- Yanti, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju. *Journal Of Economic, Management And Accounting*, 1(1), 49–59.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali Di Bale Ayu Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/We.21.1.2022.55-63>