

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name* (1st Edition). The Free Press.
- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (2009). *Brand Equity And Advertising: Advertising's Role In Building Strong Brands*. Psychology Press.
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Suryadin Hasda, Sp., Zahara Fadilla Ns Taqwin, Mp., Masita, Mk., Ketut Ngurah Ardiawan, Mp., & Meilida Eka Sari, Mp. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Nanda Saputra, Ed.; Cetakan Juli 2022). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. [Http://Penerbitzaini.Com](http://Penerbitzaini.Com)
- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi, Ed.). ALFABETA, CV.
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisa Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* (1st Ed.). Unit Penerbit Dan Pencetak.
- Aliryanti, B. W., & Roosdhani, R. M. (2024). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Study Pada Konsumen Di Kabupaten Jepara).
- Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung*.
- Ardiansa, R., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus Pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V12i1.934>
- Aryandi, R. (2020). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Deepublish.
- Azhar Chaerunnisa, K., & Safria, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Point Coffee Di Kebon Besar Tangerang*.
- B Phillip Crosby. (1979). *How To Manage Quality So That It Becomes A Source Of Business Profits*. "The Executive Who Spends Half A Day Digesting This Book May Find It One Of The Most Valuable Investments Of Time He Or She Has Ever Made." -Busin Ess Week (17th Ed.). Mcgraw-Hill.
- Budiyono, E., & Saputra, A. A. (2024). *Determinasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Perspektif Konsumen Produk POKKA (Determination Of Brand Image On Purchase Decisions: A Consumer Perspective On POKKA Products)*. 1(2). <https://jurnal.universitaskarta.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>

- Cahyaningsih. (2025). *Cahyaningsih 2025*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar*. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis58>
- Djauhar, A. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di Kabupaten Morowali*.
- Dwitama, F. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City. In *International Journal Of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Farhanah Annisa, & Marzuqi Mufid Achmad. (2021). *Product Quality Variabels And Price Variabels Have Simultaneous Influence On Consumer Satisfaction*.
- Farhanah, & Marzuqi. (2021). *Product Quality Variabels And Price Variabels Have Simultaneous Influence On Consumer Satisfaction*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen (5th Ed.)*. Undip Press.
- Firmadona, Kusumah, & Nofirda. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Marcks Di Pekanbaru)*. 4.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen: Sikap Dan Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM SPSS Statistics » (10th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace Haque, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta*. 21(1).
- Gunarsih. (2021). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Gunarsih, M. C., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, F. L. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition (Eight Edition)*. www.cengage.com/highered
- Hammond J Daniel, & Hammond H Claire. (2006). *The Art Of Nonfiction Movie Making*. Routledge.
- Hariadi, B. (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Dalam Strategi Pemasaran*.

- Harjadi, D., Hadi Gunawan, W., & Alawiyah, W. S. (2025). Brand Image Dalam Mediasi Pengaruh Green Marketing Dan Green Product Terhadap Brand Loyalty. *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 8(1). <https://Jurnal.Uniku.Ac.Id/Index.Php/Ijsm>
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor*. 6(3), 2022.
- Ivan Satriawan, M., & Munir, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum Aqua Di Surabaya*. 3, 2024–2024.
- Joseph, W., & G., L. S. (2016). *Consumer Behavior” Course Marketing Course* (11th Edition). Pearson Education. <http://Create.Mheducation.Com>
- Juran M. Joseph, & Feo De A. Joseph. (2017). *Juran’s Quality Handbook* (7th Ed.).
- Kalsum, E. U., & Liniarti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Mesin Cuci Merek Polytron Di Medan Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3).
- Khairunnisa, N., Salwa Nabila, N., Maulana, A. R., & Pramono, J. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Pada Warmindo Kosi. In *Jurnal Manifest* (Vol. 01, Issue 01). <https://Www.Jurnal.Unismabekasi.Ac.Id/Index.Php/Manifest>
- Kiran D. R. (2017). *Total Quality Management: Key Concepts And Case Studies*. Joe Hayton.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Global Edition Principles Of Marketing Nineteenth Edition* (19th Edition).
- Kotler, P., Armstrong, G., Marc Oliver Opresnik, W., York, N., Francisco, S., & Kong, H. (2016). *Principles Of Marketing 18e Global Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management* (15th Global Edition). Pearson Education Limited.
- Lotte, N., Rahmawati, D., & Suryana, A. (2023). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian NR Cake Di Cicurug Sukabumi*. STIE GICI Business School.

- Luthra, S., Garg, D., Agarwal, A., & Mangla, S. K. (2021). *Total Quality Management (TQM): Principles, Methods, And Applications* (1st Ed.). CRC Press.
- Matondang, V. A., & Risal, T. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menantea Di Kota Medan. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 4, 1332.
- Maulana, L. H. (2023). Smes Culinary Purchase Decisions Determine By Brand Image, Price, And Product Uniqueness. In *International Journal Of Science*. [Http://ijstm.inarah.co.id](http://ijstm.inarah.co.id)
- Mirella, A., Santoso, B., & Wijaya, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 45–55.
- 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>
- Munafis, & Subhan. (2024). Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. In *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business* (Vol. 7, Issue 3).
- Mursid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara.
- Nasyeh, M. A., & Avriyanti, S. (2023). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda Merek Polygon Tipe Monarch M5 Di Toko Bagus Bike Kabupaten Tabalong*.
- Nurmasari, Fikri, & Anggara. (2020). *Pengaruh Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen*.
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, D. (2024). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian* (Vol. 08, Issue 01).
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2020). *Theory Of Planned Behavior Implementasi Perilaku Electronic Word Of Mouth Pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Putra, I. G. B. S. A., & Ni Luh Adisti. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343.
- Putri, A. D., & Harahap, M. L. (2025). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Jl.Jend Ahmad Yani Rantau Prapat*. 8, 817.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Razzak Rumane, A. (2017). *Quality Management In Oil And Gas Projects* (1st Edition). CRC Press.
- Restu Putri Permatasari, Oktafianis Oktafianis, & Rayhan Gunaningrat. (2023). Pengaruh Brand Image, Presepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Gacoan Di Wilayah Solo. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 256–267. <https://doi.org/10.61132/Maeswara.V2i1.624>
- Rezky, M., Tinneke, M., Tumbel, M., Kalangi, J. A. F., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 3 AM Cofee Manado* (Vol. 3, Issue 6).
- Rusyda, H., Nur, L., & Syafitri, Aini. (2025). *Economic And Business Horizon Effects Of Quality And Price On Purchase Decision Mediated By Brand Image*.
- Salwa Kusuma, 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). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Sari, & Avriyanti. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirt Brand Cressida*.
- Satria Edia. (2023). Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk (*Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau*). 4, 93–94.
- Segoro, W., & Nurlita, D. (2021). The Effect Of Quality Product, Brand Image, And Price Towards A Purchase Decision Of J.Co Donuts & Coffee In Tangerang. In *International Journal Of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., & Hidayati, T. (2023). The Effect Of Price And Product Quality On Consumer Purchasing Decisions Through Brand Image. *International Journal Of Finance, Economics And Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/Ijfeb.V2i1.170>
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior Buying, Having, And Being Thirteenth Edition* (13th Edition). Pearson Education Limited. www.pearson.com/mylab/marketing
- Song, H. (2018). *Brand Management And Consumer Perception*. Routledge.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, CV.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. [Www.Cvalfabeta.Com](http://www.cvalfabeta.com)
- Suliyanto. (2011). *[Judul Buku]*. [Nama Penerbit].
- Surya Jaya, H., & Suparna, G. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko, Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. 7(6), 2887–2912. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.V7.I06.P2>
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 240–245. <https://doi.org/10.37034/InfEb.V6i1.856>
- 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 Bussiness Journal*, 2, 74–85.
- Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2018). *Crafting And Executing Strategy: The Quest For Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Andi.
- Tri Putra Ganesha, Sriayu Rinanda, & Vicky F Sanjaya³. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Store Di Instagram.
- Viedy, E., & Samadi, R. L. (2022). *The Effect Of Brand Image, Brand Trust And Digital Marketing On Consumer Purchase Decisions On Emina Products (Case Study At Sam Ratulangi University Students)*. 10.
- Welly Yerisma. (2023). *Metodelogi Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif*. PT Penulis Cerdas Indonesia.
- Widjojo, S. (2017). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian*. Deepublish.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Jo Bitner, M., & Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm Third European Edition 2 (Internationaledition)*. McGraw-Hill Education.
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. *Outletz Worldwide Indonesia*. *Akademik: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Ekonisia.

- Yana Putra, R. D., Budiasih, Y., & Husnayetti, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Specs Di Kalangan Mahasiswa Itb Ahmad Dahlan Jakarta. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 3(1), 100–112. <https://doi.org/10.71312/Mrbest.V3i1.270>
- Yudistira. (2022). *Brand Image Thdp Keputusan Pembelian*.
- Yuliati, & Istiyanto. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Prabotmama Di Shopee).
- Yunita, P. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang) Effect Of Brand Image, Advertising Attractiveness, And Celebrity Endorser To Purchase Decision MS Glow (Study On MS Glow Customers In Semarang City).
- Zainurossalamia, Saida. D. (2020). *Manajemen Pemasaran : Teori & Strategi* (Za Zainurossalamia Saida, Ed.). Forum Pemuda Aswaja.
- Zale, Joseph, Nagle, Thomas, Hogan, & John. (2011). *The Strategy And Tactics Of Pricing* (5th Edition). Pearson Education, Inc.