

DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image , Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Ananda, R. F. (2023). Pengaruh Diskon Harga Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi). *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 144–158. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.122>
- Andriany, & Arda. (2019). The effect of bonus pack and price discount on buying impulse. The I Internasional Conference on Innovation of Small Mediom sized Enterprise (ICIS).
- Anggi. (2016). *Analisis pengaruh harga, pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian elektronik pada toko ardha elektronik*.
- 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). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Assauri, & Sofjan. (2018). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Astuti , & Sari, W. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awreiness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10.
- Azam, M., & Sukandani, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Price Discount dan Proosi Terhadap Keputusan Pembelian PRODUK hANDPHOE oPPO DI tERMINAL pHONE pLAZA mARINA sURABAYA. *Journal of Sustainability Business Research*, 4.
- Baljić, I., Börner-Lünser, E., Eßer, D., & Guntinas-Lichius, O. (2017). Early acoustic evoked potentials in patients with “small” vestibular schwannomas. *Hno*, 65(9), 222–237. <https://doi.org/10.1007/s00106-016-0261-4>
- Candra, M. (2022). *Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Produk Dan Persaingan Harga Terhadap Keputusan Pembelian* . Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah

- Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)*, 689–705.
- Fransiska Vania Sudjatmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Frenredy, & Dharmawan. (2020). Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love dan Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 4.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk an Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal EMBA*, 9-10
- George, B. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion " An Integrated Marketing Commubication Perspective*, 11th edition. New York: McGraw Hill.
- Gitosudarmo. (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Pack Terhadap Pembelian Tidak Terencana. IAIN PONOROGO.
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2), 3294–3309. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Juliyanto, A. R. (2023). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Smartphone Realme Di Kota Surabaya. Surabaya: GEMAH RAPA: Jurnal Bisnis.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Management (15th ed)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, ., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Lane K. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lopian, M. D. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Machfoedz, M. (2015). *Pengantar Ekonomi Modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Konsumen BUMN Mart Banjaran. Majalengka: Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen.

- Malik, A. (2018). Pengantar Statistika Pendidikan. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 422. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.304>
- Martini, E., & Hertina, D. (2023). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulse Secara Online (Studi Kasus pada Pengguna Shopee di Kecamatan Andir Kota Bandung). *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(4), 2244–2251. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1845>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–7.
- Nadhril Adabi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Nainggolan, W. N. (2021). Pengaruh Beand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *JAKP: Akutansi, Keuangan, dan Perpajakan*, 6=7.
- Nalendra, A. R., & dkk. (2021). Statistika Seri Dasar Dengan SPSS. Bandung: CV. SAINS INDONESIA
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Alfamart di Kota Malang). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2654–6493), 83–88.
- Ndari, D. P. (2015). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Ud Upindo Raya Cabang Tanah Grogot. *Journal Administrasi Bisnis*, 3(3), 612–625.
- Nuzulia, A. (1967). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Pada, B., Oriflame, P., & Kota, D. I. (2017). 5. *Nurus*. II(3), 483–493.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang:

Pascal Books

- Prijaya, A., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *Agora*, 7(1), 1–5. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8172>
- Putri, N. W. (2021). Pengaruh Brand Image, Price Discount, dan Free Gift Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Huawei Di DKI Jakaerta. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Rachmad, Y. E. (2022). Manajemen Pemasaran. Jawa Tengah : Eureka Media Aksara
- Rahyuda2, A. R. S. K., & 1, 2Fakultas. (2017). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(6), 3252–3282.
- Sabaruddin Chaniago. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Super Com. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 1(1), 11–23. <https://doi.org/10.59929/mm.v1i1.4>
- Saifuddin, A. (2018). Rehabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis (disertai himpunan jurnal penelitian). Yogyakarta: ANDI.
- Saragih. (2017). Prngaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6.
- Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Setiadi, I. G. N. B. H. I. M., & Ekawati, N. W. (2019). BRAND IMAGE MEMEDIASI KUALITAS PRODUK SMARTPHONE OPPO DI KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pengguna teknologi smartphone pada negara Indonesia bertumbuh dengan pesat . Lembaga riset digitalmarketing memperkir. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7102–7131.
- Sinaga, Y. E., & Marpaung, N. (2023). Pengaruh Visual Merchandising dan Potongan Harga terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Plaza Medan Fair). *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*,

3(1), 83–97.

Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.

Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>

Tjiptono. (2018). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Utari, D. D. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada PT. Telkom Langs . Skripsi, 6-7.

Welsa, H., & Cahyo, A. D. (2022). Pengaruh price discount dan sales promotion terhadap keputusan pembelian dengan impulsive buying sebagai variabel intervening. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4-5.

Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja (Edisi Keli)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Widiyanto, I. (2015). *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.

Wijaya, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Remaja Pada PT Aditya Mandiri Sejahtera . Universitas Triandini

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh 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.

Yani, Y., & Amalia, S. (2022). Pengaruh 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.