

DAFTAR PUSTAKA

- Adetiya, L., Rahmawan, G., Tinggi, S., & Surakarta, I. E. (2021). *The Effect Of Product Quality, Innovation And Price To Purchasing Decisions Of Noodle Products*. Wwww.Kataloghargamurah.Com
- Alatas, H., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Promotion On The Purchase Decision Of Aqua Brand Drinking Water In The Jakarta Area Final Project. In *Syntax Admiration* (Vol. 4, Issue 4).
- Ali, I., Irdiana, S., Irwanto, J., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). *Dampak Brand Image, Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang)*. 2.
[Http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress](http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress)
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*.
- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 1(2), 80–103.
- Anwar, M., & Andrean, D. (2021). *The Effect Of Perceived Quality, Brand Image, And Price Perception On Purchase Decision*.
- Armstrong Balasubramanian, K., & Kotler Gary Armstrong Sridhar Balasubramanian, P. (2023). *Global Edition Principles Of Marketing Nineteenth Edition*.
- Delgado-Ballester, E., & Luis Munuera-Alemán, J. (2005). Does Brand Trust Matter To Brand Equity? *Journal Of Product & Brand Management*, 14(3), 187–196.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*.
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan

- Citra Merek (Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87.
- Hair Jr, J., Page, M., & Brunsveld, N. (2019). *Essentials Of Business Research Methods*. Routledge.
- Harjadi, D., Hadi Gunawan, W., & Kuningan, U. (N.D.). Dampak Iklan Dan Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Mie Sedaap Sebagai Variabel Intervening Dalam Keputusan Pembelian Produk. 6(1), 2022.
- Hubeis, M. (2012). Manajemen Kreativitas Dan Inovasi Dalam Bisnis. *Jakarta: Pt. Hecca Mitra Utama*.
- Imam Ghozali. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Kotler, P. (2016). Keller, K. (2006): Marketing Management. *Akadémiai, Budapest*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing. Edisi 15 Global Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Marketing Management 15th Edition Saddle River*. Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd Edn Pdf Ebook*. Pearson Higher Ed.
- Laoli, C. M. S., & Farida, N. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Customer Value Terhadap Repeat Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1177–1189.
- Lassoued, R., & Hobbs, J. E. (2015). Consumer Confidence In Credence Attributes: The Role Of Brand Trust. *Food Policy*, 52, 99–107.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*.
- Maulana, A., Wahyu Fitriadi, B., Sutrisna, A., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Prima Collection Di Bantargedang Kota Tasikmalaya. *Journal*, 1, 461–464.
- Nispi Fauzi, L., Arisman, A., Muhamad Pauzy, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Perjuangan Tasikmalaya, U. (2022). Pengaruh Inovasi Produk

- Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Umkm Habib Collection Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10).
- Novertiza, E. C. K., & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru Di Jepara. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–13.
- Pebi Kurniawan, Y. A. A. J. (2023). Manajemen Pemasaran. *Selat Media Partners*.
- Pradana, N. A., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 514–523. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V7i2.1370>
- Pramezwarly, A., Winata, J., Tanesha, R., Armando, T., & Pariwisata, F. (2021). Brand Trust Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1). <https://doi.org/10.31294/Jp.V17i2>
- Putri, M., Sekolah, R., Ekonomi, T. I., & Surabaya, M. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk , Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Surabaya Sri Rahayu*. <http://www.Topbrand-Award.Com>
- Rahmawati, Y., & Nilowardono, S. (2018). The Effect Of Product Quality, Brand Trust, Price And Sales Promotion On Purchase Decisions On Royal Residence Surabaya (Case Study In Pt. Propnex Realty Visit). *International Journal Of Integrated Education, Engineering And Business*, 1.
- Rivai, J. (2021). The Role Of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, And Brand Image On Customer Satisfaction Of Kopi Janji Jiwa. *Journal Of Business And Management Studies*, 3(2), 31–42.
- Rizqi, N. Z., & Setiawan, H. (2023). *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 5 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pgri Madiun Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.

- Saphira, S. D., & Anomsari, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Persepsi Harga, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bittersweet By Najla. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 4033–4046. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i3.6152>
- Simangunsong, E., Sinaga, R. V., & Manihuruk, Y. P. U. (2022). Pengaruh Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek, Kompetensi Merek, Reputasi Merek Dan Kepercayaan Pada Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Honda:(Studi Kasus: Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda Di Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 314–333.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal Of Theory And Applied Management*, 10(1), 1–20.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis* (18th Ed.). Alfabeta, Cv.
- Swastha, B. (2015). Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Timtong, J., & Lalaeng, C. (N.D.). Product Innovation And Digital Marketing Affecting Decision To Purchase Otop Products Background And Significance Of The Study. In *International Journal Of Crime, Law And Social Issues* (Vol. 8, Issue 1). <https://ssrn.com/abstract=3913189>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Iii*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Yudha Bagus Saputro, R., Lusia, A., & Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, P. (2023). *Indonesian Journal Of Strategic Management Pengaruh Brand Loyalty, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Tri Di Solo Raya*. 6(2). <https://journal.uniku.ac.id/index.php/IJSM>
- Yunita, B., Pradekso, T., Studi, P. S., & Komunikasi, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4g Unlimited*.

- B. D. Prasetyo, & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan perspektif komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh kepercayaan merek, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi di DIY. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P. D. A. (n.d.). Kotler & Armstrong,(2016), Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(01), 41–53.
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145.
- Schiffman, L., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*, 11. *E Prentice Hall*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran edisi iii*. *Yogyakarta: CV. Andi Offset*.