

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Hidayat, A. R., & Ibrahim, A. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Manik Outdoor Bandung). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 658–665.
- Akbar, M. F., Wijoyo, H., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 29–39. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.9>
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Alma, B. (2018). Kualitas Produk. In *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Amilia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Aprianti, A., Yusanto, F., & Aidirmanwan, A. (2015). PENGARUH IKLAN PUREIT UNILEVER “ VERSI IBU HAMIL ” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Analisis Iklan dan Model AIDA di Komplek Margahayu Raya Kelurahan Manjahlega , Kecamatan Rancasari , Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 2(3), 4011–4017.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1371301&val=989&title=PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA JUPITER MX DI KOTA DENPASAR>
- Chandra, A. P. (2019). Pengaruh brand image, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di outlet mini melts Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Chandra, A. P., & 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>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

- Fanly, M., & Bode, L. (2015). Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Emba*.
- Fatimah, A. ayu, & Soedarmandi. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Produk Susu NaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera KanCa Purwodadi). *MAKALAH ILMIAH SOLUSI*, 18(1), 133–150.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR. *Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 441–469. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i01.p17>
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Management*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariat Data Analysis: Pearson New International Edition. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*.
- Hasyim, & Anindita, R. (2009). *PRINSIP PRINSIP DASAR METODE RISET BIDANG PEMASARAN*. UIEU - University Press.
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1).
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174*, 1(3), 1251–1259. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Kotler, & Keller. (2012a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ketu). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement* (15th Editi).
- Mahanani, E. (2018). PENGARUH CITRAMEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MATAHARIMALL.COM Estu. *Ikraith-Humaniora*, 2(1), 53–61.
- Marisa, O., & Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161–170.
- Maulidina, K. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pondok Mataram Di Kota Tebing Tinggi*. 4–16.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Prayogo, B., & Batubara, Z. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(2).
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *JURNAL STIE SEMARANG*, 8(2), 92–121.
- S, M. F., & Japariato, E. (2012). Long-range order of two interacting anyon-gas layers of opposite statistical charge. *Physical Review B*, 47(1), 334–341. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.47.334>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. YOGYAKARTA ANDI / C.V Andi Offset atau Penerbit Andi.
- Saputra, A., & Kendri. (2018). Pengaruh strategi promosi dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS STIE IBBI*, 30(1), 43–58.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018a). Eiger ( Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta ). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018b). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen* (Revisi). Kencana Prenadamedia Group.
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4), 1–20.
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi Manajemen*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). cvalfabeta.
- Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Supriyadi, Wiyani, W., & K.N, G. I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand

- Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen (Pertama)*. BPFE.
- Tjiptono, F. (2012a). *Pemasaran strategik* (3rd ed.). Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2012b). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.).
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA ISSN 2303-1174*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>