

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, F., & Batu, R. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic. *Widya Manajemen*, 4(2), 111–119. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2388>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Athira, R., & Rachmarwi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Ruangopi Galaxy Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.383>
- Aurelia, N., Thalib, S., & Hubbansyah, A. K. (2022). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian susu beruang bearbrand pada saat pandemi covid-19 (studi empiris pada pelanggan marketplace shopee di Desa Sindangagung Kuningan Jawa Barat). *J. Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(1), 53–69.
- Claudya, S., & Komariah, N. S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR RO DI KER-RO BEKASI. 17(2), 115–124.
- Ervina, V., & Meitriana, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 56. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29290>
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUKUNILEVER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(8.5.2017), 2003–2005.
- Kaila, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6–16. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v1i1.80>
- Lestari, R. W., & Wahyuati, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 16(2), 135–168. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2.7400>
- Maiza, F., Hadya, A. S., & Rizka. (2022). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO NAZURAH HIJAB DI KUBANG TUNGKEK KABUPATEN LIMA PULUH KOTA. *Jurnal Matua*, 4(2), 375–386.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Muryanti, S. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI. 1(1).

- Noviyanti, I., Hayati, F. A., & Saputra, R. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Story-I Mall Alam Sutera. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 3(2), 230–243. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v3i2.84>
- Noviyanti, I., Hayati, F. A., & Saputra, R. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i1.392>
- Oktavianti, R., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 112–127. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.216>
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 159–172. <https://doi.org/10.37470/1.22.2.170>
- Prayudha, D. A. (2018). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PADA PT . KRAMA YUDHA MOTORS AND MANUFACTURING*. 6(1).
- Punuindoong, A., Tolan, M., & Pelleng, F. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Journal of Productivity*, 2(5), 360–364.
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciaran - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.107>
- Putri, C., Donny, C., & Claudy, C. P. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PRODUK PT. SAYAP MAS UTAMA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2(2579–7476).
- Safarudin Baihaky, Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85–104.
- Sandy, & Sunargo. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT BENTENG INDO BANGUNAN. *Jeysa*, 6(1), 128–135.
- Saputra, R. (2022). *Peran harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian berulang pada produk susu bear branddi kota malang*. 9(2).
- Sembiring, E. F., & Sunargo. (2022). *Pengaruh harga , promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra*

- Kampar Batam*. 17(1), 117–126.
- Siregar, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP MEREK VIVO PADA STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA. *JURNAL STINDO PROFESIONAL*, VIII(8.5.2017), 2003–2005.
- Sudrajat, A., Nuraini, & Hamidi, M. J. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA JAZZ. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(2), 168. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i2.3848>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jbe*, 26(2), 146–154. <https://www.unisbank.ac.id/ojs;>
- Tutuko, B. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(5), 1134–1149.
- Wikipedia. (n.d.). *Nestlé Bear Brand*. https://id.wikipedia.org/wiki/Nestl%C3%A9_Bear_Brand.
- Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR. *Jurnal Manajemen*, 06(1), 88–108.
- Yulianty, Y., Setyawan, O., & Indrastuti, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lipstik Merek Wardah Di Kota Pekanbaru. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(2), 142–155. <https://doi.org/10.35145/kurs.v6i2.1819>
- Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.100>