

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (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>
- Aghtisni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). The Influence Of Products and Promotions On Purchasing Decisions Mediated In Purchase Motivation. *Journal of Applied Management (JAM)*, 17(1), 152–161. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.17>
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Mie Endess di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- 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 (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andari, P., & Sumiyarsih, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 35–52. www.indonesia.go.id
- 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), 96–107. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media* (R. Henny Maya Meutia, Ed.). Deepublish.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(2), 204–219.
- Budiono, A., & Yuliana, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Pizza Hut

- Delivery Arundina Cibubur. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan & Pariwisata*, 31(2), 16–27.
- Chandrarin, G. (2018). *Metode Riset Akuntansi (Pendekatan Kuantitatif)*. Salemba Empat.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Daya, J. S., Rosa, T., Tamba, M., & Suratmi, T. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk “The Sandals” dari PT. Razer Brothers. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 86–98. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/indexP-ISSN1693-6876>
- Dewi, A. S., & Elwisam, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Proyektor Epson di Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 17(1), 39–51. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v17i1.1241>
- Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian HP Samsung Di Artomoro Celluler. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 58–65.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HI Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Gainau, M. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius.
- Hardani, H., Auliya, N. H., Andriani, H., & Fardani, R. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hatma, D., & Nainggolan, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Katering Yvonne’s. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan & Pariwisata*, 30(1), 1–14.
- Heliani, H., Harahap, D. A., & Mahani, S. A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. *Bandung Conference*

Series: Business and Management, 2(2), 1331–1338.
<https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4485>

- Hulu, I. A., Ginting, N., & Rajagukguk, I. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Gold Label Whip Cream di PT Rich's Product Indonesia. *ECOBISMA: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 72–83.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Jaelani, R., Yuliaty, L. N., & Sartono, B. (2023). Effect of Product Attributes, Promotions, and Motivation on Subsidized Home Buying Decisions. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(3), 819–829.
<https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.819>
- Juwita, A., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Kenalin Ini Kopi Karawang. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Simulasi Bisnis (JMASSBI)*, 4(1), 24–32.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128–136.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.id di Marketplace Shopee. *Jurnal Economia*, 2(3), 753–765.
- Mardika, N. H., & Wasiman, W. (2023). Hubungan Simultan antara Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Batam: Studi Kuantitatif. *Andalas Management & Accounting Journal*, 1(1), 1–8. <https://www.ejournal.ybpindo.or.id/index.php/amaj>
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal TECHNOBIZ*, 4(2), 62–69.
- Mulianto, M. B., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 15(1), 110–114.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.20153>

- Nasution, S. M. A., & Hendrawan, W. F. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Piaggio di Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 2(2), 83–92.
- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadama Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23–34.
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8(3), 846–855. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>
- Purba, P. Y., Andi, A., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455–463. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Riskiana, R., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas (Studi Pada Konsumen Pengguna Laptop Lenovo di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(5). <https://www.statista.com/statistics/267018/global-market-share>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sari, D. R., & Hartini, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42. <https://kemenperin.go.id>
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.

- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 139–147. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Simanihuruk, P. (2019). Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Beat pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 19(1), 82–89. http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*. Alfabeta.
- Tanandy, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123.
- Veronika, J., & Hikmah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 210–223. <http://trianglesains.makarioz.org>
- Wahyuddin, W., Santosa, P. W., & Heryana, N. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: dengan Aplikasi IBM SPSS*. Get Press Indonesia.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano* (Edisi Kedua). Penerbit Indeks Jakarta.
- Winardy, I., Purba, P. Y., Chaniago, C., & Andika, A. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). The Effect of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image and Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2), 168–180.