

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Amin Awal Amarudin, N. R. A., Khusna, N. N., Berliani, R. J., & Oktavianah, & S. (2024). *Analisis Literasi Halal Dan Preferensi Produk Yang Diboikot Pada*. 3(1).
- 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)*. 6(3), 96–107.
- Anisa, N., Luh, N., & Sayang, W. (n.d.). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap*. 408–416.
- 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.
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2021). *Iqtishadequity Pengaruh Kualitas Produk , Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 4(1), 1–10.
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang*). 6(2), 250–256.
- Ervina, V., & Meitriana, M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Dan Citra Merek*. 7(1), 56–61.
- Febriyanto Ngabiso1, Djoko L. Radji2, U. K. (2021). *Pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) pada produk air minum dalam kemasan merek aqua (studi pada konsumen*. 4(1), 1–12.
- Fenny krisna marpaung, M. W. A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Jurnal manajemen*. 7, 49–64.
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produkunilever. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(8.5.2017), 2003–2005.
- Harga, P. P., Produk, K., Pasar, D. I., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2019). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar*. 2(1), 1–10.
- Informatika, T., Tinggi, S., Komputer, I., & Karya, C. (2024). *Penerimaan teknologi pendidikan dengan menggunakan*. 7.

- Intan Puji Astuti, V. A. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan*. 3(2), 29–35.
- 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>
- Kusmanto, & Muryanti, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor matic merek honda vario. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1).
- 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.
- Mangindaan, J. V. (2021). *No Title*. 2(3), 203–207.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nuraini, N., & Oktavia, Y. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada indomaret taman mediterania*.
- Prananta, W., Hapsoro, B. B., & Permana, M. V. (2021). Role of Service Quality, Price Perception, Brand Image, and Information Technology Involvement in Banking Product Purchase Decisions. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 187–200.
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciran - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.107>
- Putri, N. J., & Oktavia, Y. (2024). *The influence of brand image , brand awareness , and promotion*. 5(1), 270–280.
- Ramadoni, M. F., Lukiana, D. N., Fauziah, A., Pd, S., & Pd, M. (2021). *Pengaruh Efektivitas Iklan Televisi , Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang)*. 304–311.
- 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.*
- 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.*
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (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.*
- Wanda Intan Aghitsni, N. B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. 6(3), 38–51.*
- Widyananda, f. (n.d.). *Model analisis kinerja karyawan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada bni syariah cabang malang.*
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, 18(1), 24–35.*
<https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Yudi Irawan Abi. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. 15(1), 95–107.*
- 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>
- Zalukhu, A., & Oktavia, Y. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Media Sosial , Promosi , Dan Persepsi Konsumen Terhadap Tingkat Kunjungan Funworld Di Grand Mall Batam. 6(2), 342–343.*