

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). Keputusan Pembelian Online Peran Ecommerce dan Brand Awareness dimediasi Dropshipping. In *Umsu Press*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Daga, R. (2017). *Citra , Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*.
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., & Asteria, B. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik(JIPH)*, 1.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (n.d.). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Pahmi. (n.d.). *Kualitas Produk dan Harga*.
- Puspita, D. Y., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1256>
- Savira, V. S. N., & Yulianti, I. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Ino-Vasi*, 1(1), 110–118. <http://dx.doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian*. <https://doi.org/Alfabeta>, Bandung
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. ALFABETA.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Kustantina, & Darmawan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Daging Segar. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(01), 52–64.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i01.611>
- Sujarwo, J. E. A., & Matrutty, E. S. H. R. (2021). The Impact Of Product Promotion And Innovation On Purchase Decisions At Prices As Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 200–206.
<https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.33646>
- Supriadi, Y. N., Ariefiara, D., Desmintari, & Ahman, E. (2021). MEMBANGUN CITRA MEREK PERUSAHAAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMEDIASI PENGARUH E-WOM PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI APLIKASI DIGITAL. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.
- Syarifudin. (2019). CITRA MEREK DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN. In *UNIMAL PRESS*.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA*.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). BUKU AJAR METODE PENELITIAN. In *Cv Science Techno Direct*.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. In *PT Kimshafi Alung Cipta*.
- Zahrah, H., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2022). Efek Mediasi Paralel Citra Merek, Kualitas Produk,. *Journal IMAGE*, 11(2), 122–134.
- Zusrony, E. (2021). PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN. In *Jakarta: Indeks*.