

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agustina, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Pasuruan. *Jurnal Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3(2), 61–72. <https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.233>
- Ajijah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *Journal Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43–60.
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F. Y. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metpen*. <https://penerbitzaini.com/>
- Amruddin, Priyanda, R., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pradina Pustaka.
- Anugrah, A., Humayra, A., Hamza, P., & Indrawati, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Barbershop Threenine Palopo. *Journal Economics and Digital Business Review*, 5(2), 880–886.
- Apipah, N., & dkk. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 1–10.
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal*

- Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Asmin, E. A., Syam, A. H., Kapriani, & N, N. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Atika Wijiastuti, Sumaryanto, R. S. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 1059–1077.
- Darsana, I. M., Salijah, S. R. E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2022). Strategi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0). CV. Intelektul Manifes Media.
- Dewianawati, D., Efendi, M., & Revanji Oksaputri, S. (2022). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kompetensi, Komunikasi dan Displin Kerja Terhadap Kineja Karyawan. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 223–230. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i111.47>
- Dwijantoro, D. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis*, 4(2), 172–178.
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Fahmi, N., Hafid, R., Ilato, R., Bahsoan, A., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga Promo Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet Indomaret. *Journal of Economic and Business Education*, 1(3), 158–175. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i3.23093>
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek* (1st ed., Issue August). CV. Penerbit Qiara Media.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hafiz, A. (2024). Perancangan Sistem Penentuan Insentif Pegawai Menggunakan Metode Grey Relational Analysis. *Journal of Data Science and Information Systems*, 2(2), 80–89.
- Indarto, L. A., & Ayu, S. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Breadtalk. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 14(2), 133–142. <https://doi.org/10.37477/bip.v14i2.355>

- Kholbi, N. N., Rizal, M., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Lapis Kukus Tugu Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 12(02), 221–232. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21826>
- Lahagu, E., Laia, O., Buulolo, N. A., & Zebua, E. (n.d.). *Peranan Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Matahari Mandiri Perkasa*.
- Lorinda, I. P., & Amron, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Tolak Angin Sidomuncul di Kota Semarang. *Jurnal Mbia*, 22(1), 53–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2238>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis Data Kuantitatif* (H. Warnaningtyas (ed.); 1st ed.). Lakeisha.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60. <https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>
- Nursaimatussaddiy, & Cen, C. C. (2022). *Monograf Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek Dan* (A. S. Nasution (ed.)). PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66. <https://ejournal-medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/525>
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier Di Surabaya. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pratiwi Sitorus, A. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear

Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.

- Purnomo, E. C. (2024). Pengaruh Promotion Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mocacino Pada Toko Meisya Di Sampit. *Open Journal System*, 18(12), 3297–3312.
- Ramadhannis, L. (2023). Pengaruh citra merek, kesadaran merek, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian di toko feandra cake pekanbaru. *Jurnal Sneba (Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Akuntansi)*, 1, 657–672.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Santi Jesica Sembiring, H. I. T., & , Jumjuma, S.E., M. S. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Cabin/Belltent the Kaldera Toba Nomadic Escape(Toba Samosir). *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional ...*, 4–11. <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/859%0Ahttps://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/download/859/427>
- Sirait, R. M., Rajagukguk, D., & Chrisanti, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 88. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1568>
- Sitorus, S. A., & Al., E. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In Cv. *Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Jurnal Dimensi*, 11, 298–313. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif.pdf* (p. 203).
- Sumarsid, A. B. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Usman, M. L. L., & Gustalika, M. A. (2022). Pengujian Validitas dan Reliabilitas System Usability Scale (SUS) Untuk Perangkat Smartphone. *Jurnal Ecotipe (Electronic, Control, Telecommunication, Information, and Power Engineering)*, 9(1), 19–24. <https://doi.org/10.33019/jurnalecotipe.v9i1.2805>

- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Wardhana, A. (2024). Brand image. In *New Scientist* (Vol. 165, Issue 2229). EUREKA MEDIA AKSARA. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.280>
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 1370–1385.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>