

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan F. T. (2021). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- 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.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua Di Badung Bali. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Budianto, Y. P., & Budiatmo, A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–10.
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia dan Penulis.
- Dewianawati, D. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Intelektual manifes Media.
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Edhie Rachmad, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 18(01), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>

Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. DOTPLUS Publisher.

García Reyes, L. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Saing Destinasi Dan Pengalaman Sebelumnya Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Hikmah, K. (2019). Pengaruh Kepercayaan , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Bengkel AHASS (Studi kasus pada pelanggan Bengkel Ahass Cabang Wendit). 93–106.

Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Lokasi , Potongan Harga , Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan. 10(1), 63–85.

Indrawan, M. G. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Cv. Gita Lentara.

Isnaini, S. I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Melalui Pemasaran Media Sosial Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen. 12(01), 223–236.

Istikhomah, D., & Susanta, H. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening pada Pengunjung Ekowisata Taman Air Indonesia, Tlatar, Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 1.

Kurniawan, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. 1–13.

Muhfizar, D. (2021). *Pengantar Manajemen (Teori dan Konsep)*. Media Sains Indonesia.

Mulia, R. A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Eureka Media Aksara.

Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.

Pandowo, A. (2023). Manajemen Pemasaran. CV. Basya Media Utama.

Saputra, E., & Ambiyar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengemasan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Serta Dampaknya pada Kepuasan Wisatawan di Museum Negeri Sonobudoyo Yogyakarta. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 183.
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p10>

Sari, O. H. (2023). Digital Marketing Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital. PT. Sonpedia Publishing indonesia.

Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). Effect of word of mouth, price perception, and product quality on purchase decision pempek the local culinary products in palembang city. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1125>

Setyawati, A. (2022). Manajemen Pemasaran di Era Bisnis Serba Cepat. Media Nusa Creative.

Shamout, M. D. (2016). The Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior in Retail Market. 7(1), 75–85.

Simanihuruk, P. (2023). Memahami Perilaku Konsumen Strategi Pemasaran yang Efektif Era Digital. PT. Sonpedia Publishing indonesia.

Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.

Sudiri, A. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.

Sukmawati, A. S. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. PT. Sonpedia Publishing indonesia.

Suryanata, I. G. N. P. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Grab Dengan Kepuasan Konsumen. *Jupe*, 08(1), 86–94.

Suryani, N. K. (2020). Kinerja Sumber Daya Manusia.

Susanto, A. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Sari Ater Hotel & Resort, Subang. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.34013/jk.v3i2.34>

Swastha, Bashu dan Handoko, H. (2022). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.

Thian, A. (2022). *Manajemen Kinerja*. ANDI.

Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). the Influence of Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 16–21.
<https://doi.org/10.37715/jee.v8i2.1120>

Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. 27(2), 35–47.

Winata, E. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pusat pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.

Yurindera, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Motor Honda Beat Series. 25(1), 14–22.

Zain, D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Get Press Indonesia.