

DAFTAR PUSTAKA

- abadi, R. I. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati Di Desa Barudinding, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep, Madura)*. 175–194.
- Abdullah, T. Dan F. T. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Rajagrafindo Persada.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). *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>
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andriyanti, E. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia*. 11(2), 228–241.
- 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>
- Arifin, S. (2019). *Pemasaran Era Melenium*. Deepublish.
- Astuti, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- 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.
- 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. Firmansyah,

M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Strategy*. Qiara Media.

Handayani, T. (2019). *Buku Ajar Pemasaran Islam*. Deepublish.

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.

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.

Kotler, Philip And Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran, Jilid I Dan Ii, Edisi Ke-11*. Pt Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing | Pearson. In Pearson.

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

Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects Of Price Discount On Consumers' Perceptions Of Savings, Quality, And Value For Apparel Products: Mediating Effect Of Price Discount Affect. *Fashion And Textiles*, 5(1).
<https://doi.org/10.1186/S40691-018-0128-2>

Lovelock, Christopher Dan Wirtz, J. (2022). *Service Marketing*. Pearson Education, Inc.

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

Onsardi. (2022). *Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu*. 5, 10–19.

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

Putra, M. F. E., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Corporate Dalam Menggunakan Tv Berlangganan Mnc Vision Di Kota

- Palembang. *Amar (Andalas Management Review)*, 4(2), 1–15.
<https://doi.org/10.25077/Amar.4.2.1-15.2020>
- Putra, R. B. (2020). *The Role Of Consumer Satisfaction In Mediating Service Quality And Brand Image On Consumer Loyalty*.
- Putri, P. M. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 5(1), 25–36.
- Raharjo, T. W. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing Umkm*. Jakad Publishing.
- Rahmi, A. T. (2022). *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Pt. Bpr Mutiara Nagari Tanjung Ampalu*. 2, 1293–1302.
- Safitri, A. L. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Fashion Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelanggan Zalora.Co.Id Di Kota Semarang)*. 1(1), 26–35.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatma Jawa.
- 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.
- Simanihuruk, P. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen Strategi Pemasaran Yang Efektif Era Digital*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- 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.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Swastha, Bashu Dan Handoko, H. (2022). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Bpfe.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. Cv. Andi Offset.

- Tri Harinie, L. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Intelektual Manifes Media.
- 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>
- Warnadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Widodo, S., & Hasanah, E. N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Perangkat Parkir Pada Pt Tri Wahana Solusindo. *Feasible, April*, 5–24.
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). *Pengaruh Kemenarikan Desain Website Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee*. 6(65), 115–126.
- Zain, D. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Get Press Indonesia.

