

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Ali, H. (2022). *Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)* 1. 621–632. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- 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>
- Anisa, Haidar, K., & Riyadi, R. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Bitkom Research*, 63(2), 1–3. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.39093>
- 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, 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.
- Bangkara, A. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Adanu Abimata.
- Budianto, Y. P., & Budiarmo, 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.
- Dewi, A. S., & Habiburahman, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Eleven March Store Kota Padang. *Jurnal Economina*, 2(5), 1127–1133.

<https://doi.org/10.55681/economina.v2i5.543>

- 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.
- Hariato, Z. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- Ilham Hadi Nur Yufa, D., & Dwi Lestari, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- 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.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji*. 2.
- Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babee.Shopp Padang*. 2(1), 255–268.
- 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.
- Nochai, R., & Nochai, T. (2022). *The Influence of Sale Promotion Factors on Purchase Decisions*. 11(1), 130–134.
- Nuha, M. S., Amir, & Suhartini, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 3(4), 39–48.
- Pandowo, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV. Basya Media Utama.
- Razak, A. (2022). *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. August. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- 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.
- Setiadi, D. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- 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.
- Sukri, S. Al. (2020). *Basic Marketing Strategy*. Forum Pemuda Aswaja.
- 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.
- 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>
- Wahyudi, Z. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Citra Merek, Kualitas Palayanan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee*.
- 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.