

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. M. alimah Nur Alifia<sup>1</sup>, Dr.Ir.Harrie Lutfie, S.E, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAOS KAKI PADA PT. SOKA CIPTA NIAGA PADA TAHUN 2018,” *e-Proceeding Appl. Sci.*, vol. 4, no. 2, pp. 388–395, 2018.
- [2] R. Halim, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PROMOSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOSAKATA APPAREL,” *J. Ekon. Bisnis Indones.*, vol. 15, no. 1, pp. 13–23, 2020.
- [3] 1Moh. Azus Shony Azar, “PENGARUH HARGA DAN PENATAAN PRODUK (DISPLAY)TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA UD. REJEKI AGUNG LAMONGAN,” vol. 2, no. 1, pp. 42–56, 2019.
- [4] philip kotler and kevin lane keller, *marketing manajemen*. 2016.
- [5] sopiah dan sugandi, *perilaku konsumen*. 2016.
- [6] Umar Sariaziz, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 8, pp. 74–77, 2019.
- [7] M. C. K. Aprianti<sup>2</sup> and Program, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SOEHENDAR COFFE,” *J. Appl. Bus. Econ.*, vol. 6, no. 4, pp. 354–361, 2020.
- [8] C. D. S. Y. Efni<sup>3</sup>), “Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee,” *J. TEPAK*

*Manaj. BISNIS*, vol. XII, no. 3, 2020.

- [9] M. H. Adhitama, “PENGARUH HARA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA WARUNG SATE KLATAK PAK PONG BANTUL,” *J. FOKUS*, vol. 8, no. 2, 2018.
- [10] Yani Restiani Widjaja, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN KAMPOENG SAWAH KABUPATEN BANDUNG Yani,” *Ekspansi*, vol. 9, no. 1, pp. 71–95, 2017.
- [11] suhendri, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A & W Supermall Karawaci,” *J. Ekon. dan bisnis*, vol. 17, no. 2, pp. 167–175, 2019.
- [12] A. Fitriyadi, D. Tilaar, P. S. Manajemen, S. Tinggi, I. Ekonomi, and B. Lampung, “PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PD. KOPI KUDA BANDAR LAMPUNG,” *GEMA*, vol. XI, no. 1, 2019.
- [13] P. S. Yoyok Cahyono, “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. VISTA BANGUN PROPERTINDO,” *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 01, no. Juni, pp. 1–23, 2020.
- [14] W. S. Dewi, L. B. Hasiolan, and M. M. Minarsih, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” *J. Manage.*, vol. 2, no. 2, 2016.
- [15] Mongilala Priscilia R Jacklin, “PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MATAHARI DEPARTMEN STORE MEGA MALL MANADO,” *J. EMBA*, vol. 7, no. 1, pp. 431–440, 2019.

- [16] philip kotler, *marketing manajemen*. 2016.
- [17] nana triaptina, *perilaku konsumen di era digital*. 2020.
- [18] dr. meithiana indrasari, *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. 2019.
- [19] Susana, “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian pizza hut,” vol. 2, no. 1, pp. 10–22, 2019.
- [20] M. Rosyihuddin, “DI KABUPATEN GRESIK,” *KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP Loyal. DAN KEPUASAN Konsum. SEBAGAI Var. Interv. PENGGUNA TOKOPEDIA DI KABUPATEN GRESIK*, vol. 07, no. 01, pp. 19–36, 2020.
- [21] J. Herawati, “Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PR. Astragraphia Medan,” *J. Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 27–33, 2020, [Online]. Available:  
<http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/82>.
- [22] Riyono (Dosen, “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI,” *J. STIE SEMARANG*, vol. 8, no. 2, pp. 92–121, 2016.
- [23] S. Hatiah, “PENGARUH KUALITAS PRODUK & HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AIR MINUM PDAM TABALONG DI TANJUNG,” *JAPB*, vol. 2, no. 1, pp. 308–320, 2019.
- [24] Umar Sariaziz, “KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 8, no. 8, 2019.
- [25] N. R. Andi Andika Wirawan<sup>1)</sup>, Herman Sjahrudin<sup>2)</sup>, “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui

- Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone,” *J. Organ. DANMANAJEMEN*, vol. 1, no. 1, 2019.
- [26] D. A. Rachman, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN WAJAN MAS KUDUS),” *J. Soc. Polit. Sci.*, pp. 1–8, 2017.
- [27] Dita Amanah, “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAJESTYK BAKERY & CAKE SHOP CABANG H.M. YAMIN MEDAN,” *J. Keuang. bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 71–87, 2010.
- [28] F. Tjiptono, *Marketing Myths That Are Killing Business*. Yogyakarta: ANDI, 2016.