

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja.
- Adonis, M. R., & Silintone, Y. B. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital*, 4(1), 118-138.
- Aisah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek PT Bank SUMUT pada Nasabah PT Bank SUMUT. *Jurnal EMBA*, 4(2), 21-31.
- Arizal. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Arumsari. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Asnawi, A. (2022). Sikap dan Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 250-258.
- Cahyani, N. L. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 329-344.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. a. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15-30.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fadhil, M. N., & Pudjiprastyono, H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada New Holland Donuts Tuban. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 557-562.
- Fatlahah. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Es krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 1-13.
- Gefen. (2000). The relative importance of perceived ease of use in is adoption: A study of e-commerce adoption. *Journal of the Association for information systems*, 1(8), 1-28.
- Ghozali. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 UNTUK PENELITIAN EMPIRIS*. Yogyakarta: BPFE.
- Halimah. (2019). *Persepsi Orang Tua terhadap Minat Studi Lanjut Anak Perempuan ke Perguruan Tinggi di Desa Getassrabi Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus*. Kudus: IAIN Kudus.
- Harwani, Y., & Fauziah. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Iklan. *Jurnal Becoss*, 2(3), 285-291.
- Ida. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Life Style terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Harga sebagai Variabel Moderating (survei pada Konsumen Pizza Hut Madiun). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 10-30.
- Ismail, I. (2020). *Pasar Bebas: Pengertian, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Kasanti, Wijaya, & Suandary. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT ATM Safety Indonesia. *Asian Journal Inovation*, 4(1), 43-51.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A., Budiyati, K., Damaanti, A. P., & Khasanah, V. F. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Mixue (Studi pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha*, 1(1), 1-16.
- Khasanah, I., & Dinata, M. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1-9.
- Khoirunnisa. (2021). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ultra Cover BB Cream Maybelline pada Watsons Ciplaz Karawang. *Jurnal Universitas Pasunda*, 7(4), 33-45.
- Kotler, & Amstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentise-Hall Published.
- Lailiyah, N. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Layanan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Mediasi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

- Lasander, C. (2021). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA*, 3(1), 15-25.
- Lisaplay. (2021). *Relationship Marketing sebagai Strategi Pemasaran Bank*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Maharani, B. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Mie Instan Indomie di Kota Jember. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(7), 18-30.
- Maksum, Arifin, R., & Hufron. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki pada PT Sinar Galesong Pratamadi Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 1689-1699.
- Mandasari. (2020). Pengaruh Brand Trust, Kualitas Produk, dan Personal Selling Keputusan Pembelian Yakult (pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 2-10.
- Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Nico, & Soegiono. (2021). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di RBS Motorsport Sidoarjo. *Academia*, 11(7), 10-28.
- Ovia. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(1), 41-53.
- Prabowo, W. N. (2019). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 13-21.
- Pradana. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16-29.
- Pramana, B. N., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan pembelian pada Es Krim Wall's di Sidoarjo Kota. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 986-976.
- Pramudana, & Santika. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 31-50.

- Ries. (2020). 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dwijoyo di Desa Penanggulangan Kec Pengandom Kendal*, 2(1), 20-30.
- Rifai, B., Mitariani, N. W., & Imbayani, I. G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Galler Smartfren Denpasar. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 17-27.
- Rosmitha. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen*, 3(1), 3-7.
- Sentosa. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Kembali melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salads di Pakuwon Mall Surabaya. *Agora*, 7(2), 2-10.
- Setiawan. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan pembelian Honda Scoopy di Tangerang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 1070-1079.
- Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(3), 476-483.
- Sinambela. (2014). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitompu, S. S., Safhira, H., Purba, J. O., & Novitriansyah, B. (2022). Influence of Product Quality, Brand Image, Price, and Promotion Decision at Campina Ice Cream Industry TBK. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(3), 379-392.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno. (2018). Hubungan Citra Merek dan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Gadget Online. *UIN Surabaya*, 7(2), 11-31.
- Tabelessy. (2021). Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan SDM*, 2(2), 89-97.

- Vania. (2019). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. *Agora*, 5(1), 160-177.
- Wijoyo. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan Store Atmosphere terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada Dabu-Dabu Lemong Resto dan Coffee Kawasan Megamas di Manado. *Jurnal Emba*, 10(3), 388-399.
- Winarsih, Resty, Silvya, & Rudy. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan , dan Store Atmhosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Dabu Dabu Lemong Resto dan Coffee Kawasan Megamas di Manado. *Jurnal Emba*, 388-399.
- Yuliana. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian di Pizza Hut Delivery Arundiana Cibubur. *Majalah Ilmiah Panorama Indonesia*, 16(2), 31.
- Yusra, I., & Nanda, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Kinol Bistro N'Poll di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 161-170.