

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M. (2018) 'Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), pp. 27–35.
- Arfidiana, T. R. dan Surabagiarta, I. K. (2019) 'Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Emas Garuda Kabupaten Kediri', *Publikasi Ilmiah ...*, 000, pp. 1–10.
- Azahari, A. dan Hakim, L. (2021) 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis Universitas Riau Kepulauan*, 1(4), pp. 553–564.
- Batubara, A. dan Hidayat, R. (2016) 'Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines', *Ilman*, 4(1), p. 14.
- Bintarti, S., Elise, N. dan Kurniawan, E. N. (2022) 'Penetapan Harga Produk dan Penggunaan Dukungan Selebriti Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mie Instant Sedaap', *Jurnal Dimensi*, 11(2), pp. 246–259.
- Bramasta, D. B. (2021) *Penjelasan KFC dan MUI Soal Isu Burger Mengandung Unsur Babi, Kompas*.
- Darmansah, A. dan Yosepha, S. Y. (2020) 'Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), pp. 15–30.
- Darwin, M. *et al.* (2021) *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dumarya Manik, C. (2017) 'Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada Pt. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(1), pp. 2598–823.
- Ferdinand, A. (2014) *Metode Penelitian Manajemen*. 5th edn. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019) *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.
- Firmansyah, R. D. dan Purwanto, S. (2022) 'Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya', *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), pp. 658–662.
- Garson, G. D. (2016) *Partial Least Square: Regression & Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishing.

- Haque-fawzi, M. G. *et al.* (2022) *Strategi Pemasaran Konsep , Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Harsono, B. (2018) ‘Pengaruh Diferensiasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Merek Anlene Di Jakarta Budi’, 7(21), pp. 1–9.
- Haryono, S. (2016) *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS, Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama*. Bekasi, Jawa Barat: PT Intermedia Personalia Utama.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Jajang, S., Rusdian, S. dan Maryani, Y. (2022) ‘Pengaruh Penetapan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Pusat Grosir Bandung’, 11(1), pp. 323–330.
- Kosalim, V., Goh, T. S. dan Margery, E. (2019) ‘Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Parewa Aero Catering Medan’, *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(1), pp. 53–65.
- Kotler dan Keller (2016) *Marketing Management*. 15e edn. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2018) *Principles of Marketing*. 17e edn. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Leo, S., Herwindiati, D. E. dan Lauro, M. D. (2021) ‘Sistem Perancangan Estimasi Penjualan Emas Menggunakan Metode Moving Average dan Metode Extreme Studentized Deviate’, *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*, 9(2), p. 60.
- Listighfaroh, M. I. (2020) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya’, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., pp. 1–17.
- Lubis, D. I. D. dan Hidayat, R. (2015) ‘Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan’, *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), pp. 15–24.
- Mamang Sangadji, E. dan Sopiha (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Ngatno, D. D. (2017) ‘Manajemen Pemasaran’.
- Novia, M. A., Semmaila, B. dan Imaduddin, I. (2020) ‘Pengaruh kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan’, *Tata Kelola*, 7(2), pp. 201–212.
- Pandensolang, J. D. dan Tawas, H. N. (2015) ‘Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola

- Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado’, *Jurnal Emba*, 3(3), pp. 1113–1124.
- Purbani, V. H. dan Santoso, S. B. (2013) ‘Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)’, *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3), pp. 1–9.
- Purwati, A. A., Kristanto, K. dan Suhermin (2019) ‘The Effect of Brand Image, Product Differentiation, and Relationship Marketing Strategy on Purchasing Decision of Toyota Brand Cars in Pekanbaru (Case Study on Toyota Agung Harapan Raya)’, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), pp. 210–221.
- Putra, J. C. dan Talumantak, R. (2022) ‘Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka’, *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), pp. 26–39.
- Rismalasari, Slamet, A. R. dan Hatneny, A. I. (2016) ‘Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk, dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Three Second Malang’, *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 9(7), pp. 1–16.
- Rusdian, S. dan Hildayani, N. (2021) ‘Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut)’, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), pp. 132–140.
- Sabrina, N. A. P., Elpawati dan Nugraha, A. T. (2019) ‘Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Di Jakarta Barat’, *Agribusiness Journal*, 12(2), pp. 148–156.
- Sahetapy, J. P. (2013) ‘Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado’, *Emba*, 1(3), pp. 411–420.
- Satriadi *et al.* (2021) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sudaryono (2016) ‘Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi’. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 19th edn. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 22nd edn. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatna, Y. (2020) ‘Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon)’, *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), pp. 36–50.
- Syafitri, A., Sari, E. R. dan Sanjaya, V. F. (2021) ‘Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk

- Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung)', *Al-Multazim Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), pp. 25–38.
- Taqiyya, Q., Simarmata, P. dan Husniati, R. (2020) 'Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta', *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1).
- Tjiptono, F. (2015) *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. dan Diana, A. (2016) *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Wiclyfe Panjaitan, W. dan Hutapea, J. (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pestisida Herbisida Bravoxone', *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(12), pp. 230–240.
- Yulianti, N. M. D. R. (2020) 'Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), pp. 69–79.
- Yuniarso, A. dan Pujiastuti, S. (2018) 'Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus Koultura Coffee, Jakarta Barat)', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Yusuf Saleh, M. dan Said, M. (2019) *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.