

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Internet Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Iain Purwokerto Tahun Akademik 2020/2021). IAIN Purwokerto.
- Anggraeni, A.R (2020) Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). Al Tijarah.
- Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Arizal, G. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian My Bluebird Di Pangkalan Taksi Blue Bird Stasiun Gubeng Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2019). Manajemen Pemasaran (UMKM dan Digital Sosial Media). Yogyakarta: Deepublish.
- Darmansyah, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Gun Fadhil, M. N., & Prastyono, H. P. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada New Holland Donuts Tuban. NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(3), 557-562.
- awan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Halimah. (2019). Persepsi Orang Tua Terhadap Minat Studi Lanjut Anak Perempuan ke Perguruan Tinggi di Desa Getassrabi Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. IAIN Kudus.
- Ida, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating (Survei

Pada Konsumen Pizza Hut Cabang Madiun). Universitas Muhammadiyah Ponorogo).

- Ikhwani, J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Smartfren Telecom. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Indraswari, N. R., & Susanti, E. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Burger King Selama Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 650-666.
- Khoirunnisa, H. F. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ultra Cover Bb Cream Maybelline Pada Watsons Ciplaz Karawang. Universitas Pasundan.
- Lisapaly, D. C. E. (2021). Relationship Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bank. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Mandasari, N. (2020). Pengaruh Brand Trust, Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Yakult (Pada Konsumen Padepokan Tari Langen Kusuma Ponorogo). Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Mas' ud, M. R. A. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Oli Mesran Pada CV. New Blok M Di Kota Sidoarjo (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Nurchayani, L. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coca-cola (Studi Kasus pada Konsumen Coca-cola di Wilayah Paninggilan Utara Ciledug Tangerang). Universitas Satya Negara Indonesia.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Putriansari, F. P. (2019). Pengaruh persepsi kualitas, sikap merek, dan preferensi merek terhadap niat pembelian pada minuman susu frisian flag di Surabaya. *Business and Banking*, 8(2), 1-18.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Saputra, E. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Pada Konsumen Teh Botol

- Sosro Di Minimarket Mina 1 Surabaya). Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (21st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sutejo, B., & Halim, A. (2022, July). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pada Toko Ahafruit. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 562-576).
- Venirra, S. V. (2021). Analisis Brand Trust Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Di Cabang Taman Sidoarjo. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Wijoyo, H. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.