

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M., Stie, ), Dharma, T., & Makassar, N. (N.D.). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City. *663 Jurnal Emba*, *9(2)*, 663–674.
- Atqiyya Baroroh, R. (2022). The Effect Of Price, Product, And Flash Sale On Repurchase Decision With Customer Satisfaction As Moderation On Tiktoshop Features Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11(1)*. [Www.Apjii.Or.Id](http://www.apjii.or.id).
- Ayunda, S. P., & Kusuma, Y. B. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Netflix. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *5(6)*, 2815–2825. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3656>.
- Azka Sofia, A., Hartono, A., Kunci, K., Merek, L., Pembelian Ulang, N., & Merek Koresponding, P. (2022). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. *11(08)*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/>.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8(11)*, 6762. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I11.P19>.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). *Guepedia*.
- Darmansah, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. Sri Yanthi Yosepha, 1.
- Delgado-Ballester, E., & Fernández-Sabiote, E. (2016). “Erase Una Vez Una Marca”: El Uso De La Narrativa Por Las Marcas Españolas. *Spanish Journal Of Marketing - ESIC*, *20(2)*, 115–131. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.06.001>.
- Dyatmika, S. W., & Firdaus, L. M. (2021). The Effect Of Price, Service Quality, And Company Image On Purchase Decisions On Jalanjalan.Id Gresik. *Business And Accounting Research (Ijebbar) Peer Reviewed-International Journal*, *5(2)*. [Www.Cnbcindonesia.Com](http://www.cnbcindonesia.com).
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, *4(2)*, 80–98. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i2.6663>.
- Fatmaningrum, Riana S., Fadhilah, M., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *4(1)*.

Fitrajaya, P. H., & Nurmahdi, A. (2019). The Impact Of Product Quality, Brand Image And Service Quality Toward Customer Loyalty. *International Humanities And Applied Science Journal*, 2(3). <https://doi.org/10.22441/hasj.2019.v2i2.05>.

- Hafni Sahir, S. (N.D.). Metodologi Penelitian. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com).
- Harmoko, Ismail, K., Asnah, Siti, R., Vera Selviana Adoe, Dyanasari, & Faula Arina. (2022). Buku Ajar Metodologi Penelitian. *CV. Feniks Muda Sejahtera*.
- Hernikasari, I., Ali, H., Hadita, H., & Penulis, K. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. 3(3). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: . *Unitomo Press*.
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421>.
- Mahothan, T., Laohavichien, T., Srivardhana, T., Lertlop, W., Lakviramsiri, A., & Chantabutr, P. (2022). The Impact Of Brand Image On Brand Loyalty: The Mediating Role Of Brand Love. *International Journal Of Ebusiness And Egovernment Studies*, 14(2), 2022. <https://doi.org/10.34109/ijegeg>.
- Mari Ci, A. (N.D.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam.
- Maryati, & M Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11.
- Morales, J. A. (N.D.). Quality In The Pharmaceutical Industries Vithya Ilarraza Marzán Master's In Manufacturing Competitiveness.
- Nafiudin, Andari, Denny Kurnia, & Andini Tia Safitri. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Dan Penataan Ruang Kabupaten Serang). *Sains Manajemen*, 7.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan . *Jurnal Warta Edisi* : 59 .
- Nugraha, B. (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik (M. A. Susanto, Ed.). Pradina Pustaka.
- Ovan, & Andika Saputra. (2020). Cami: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web (A. S. Ahmar, Ed.). *Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia*.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>.
- Prawira, A. A. N. D. N., & Setiawan, P. Y. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Satisfaction, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Sepatu Merek Nike. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(12), 1305. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.v10.i12.p03>.
- Priadana, S., & Denok, S. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. *Pascal Books*.
- Priyatno, D. (2022). Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan Spss Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews (F. N. P, Ed.). *Cahaya Harapan*.

- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Siswanto, A. M. H. (2021). The Influence Of Price, Service Quality, And Word Of Mouth On The Purchase Decision Of Pt Daniel Samudra Abadi's Loading And Unloading Services. *International Journal Of Review Management Business And Entrepreneurship (Rmbe)*, 1(2), 166–179. <https://doi.org/10.37715/Rmbe.V1i2.2425>.
- Sitorus, A. S., Nada, A. R., Chairul, P. T., Ni Putu, S., Seprianti, E. P., Antonius Philippus, K. G., Aditya, W., Kristian Suhartadi Widi, N., Eka, H., Putu, C. S., Yunita, P., & Mutia, U. (2020). Brand Marketing: The Art Of Branding (A. Sudirman, Ed.). *CV. Media Sains Indonesia*.
- Situmeang, P. A., Bonifasius M.H. Nainggolan, & Al Agus Kristiadi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Sushimas. *Eduturisma*, Iv.
- Sombolinggi, J. T., Ch Mamuaya, N., Legi, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Manado, U. N. (N.D.). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Top Coffee Toraja Pada Masyarakat Kota Manado (Vol. 2021, Issue 1).
- Ubaidillah, W., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi Di Universitas Trunojoyo Madura). *Competence : Journal Of Management Studies*, 17(1).
- Yohana F. C. P. Meilani, , Innocentius Bernarto, Margaretha P. Berlianto, & Ian N. Suryawan, R. R. M. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali Di Bale Ayu Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/We.21.1.2022.55-63>.