

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R. R. R., Hanfan, A., & Susilawati, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Bloods di Kota Tegal. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v3i1.30>
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1336>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Hidayatullah, M. A., Soeliha, S., & Ediyanto, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening pada Distro Bandung Clothing Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1724. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2218>
- Imansyah, B., & Pudjoprastyono, H. (2023). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 335–349. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5271>
- Iryanti, W. N., Mahardini, S., & Kurniawan, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kue Elcakery Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 230–239. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i3.4268>
- Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., Usadi, M. P. P., & Prayoga, K. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian pada PT Diana Ayu Garment. *EMAS*, 6(4), 860–875. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i4.6115>
- Larosa, S., & Paludi, S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Flash Coffe Indonesia*. 7(1).
- Mariyana, M., & Talumantak, R. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Hours Coffe and More Jakarta*. 10(3).

- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado*. 3(6).
- Ndraha, M. L., & Kramadibrata, I. B. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Thrifting di Pasar Senen*. 3(2).
- Pakan, E. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Beauty Influencer dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Facial Wash Garnier di Surabaya. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(3), 764–772. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.535>
- Prabowo, M. D. (2022). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Sumber Hikmah Jaya*. 11.
- Ramadhani, F. B., Untari, D. T., & Andrian, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Shanii Konveksi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 01–15. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3465>
- Santoso, C. N., Haris, R. A., & Hermawan, D. J. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Campina Ice Cream Industry Tbk. *JUMAD: Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1517>
- Simatupang, S. R., Pudjoprastyono, H., & Mandasari, V. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1071. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2035>
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 149. <https://doi.org/10.35917/cb.v3i2.341>