

DAFTAR PUSTAKA

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i1.80>
- Anisa, T. N., Winarno, T., & Atasa, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Frozen Seafood “AHAA!” ICS Food di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1). <https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/pertanian>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. CV. Eureka Media Aksara.
- Depani, P., & Mentawati, H. (2026). *Journal of Innovative and Creativity* Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cibadak Sukabumi Universitas Nusa Putra. In *Journal of Innovative and Creativity* (Vol. 6, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joecy.v6i1.8672>
- Dharma, I. G. P. S., Agung, A. A. P., & Kusuma, I. G. N. A. G. E. T. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Dettol (Studi Pada Konsumen Sabun Dettol di Wilayah Denpasar). *EMAS*, 6(8), 1846–1870. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i8.12330>
- Fikri, A., & Pudjoprastyono, H. (2023). *The Influence of Price Perception and Product Quality Perception on Indomie Purchasing Decisions in Surabaya*. *International Journal of Economics (IJECE)*, 2(2), 549–562. <https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.595>
- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris* (1st ed.). Penerbit Yoga Pratama.
- Hair, J. F., J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Hasyim, A. W., Bahasoan, S., & Hidayat, A. I. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Triology Coffee Gowa. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/malomo/article/view/4525>
- Islamiyah, K., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>

- Khairullah, R., & Vildayanti, R. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1125–1136. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5082>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing (19th Global Edition)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education (Global Edition).
- Larosa, S., & Paludi, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Flash Coffee Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 7(1), 105–115. <https://doi.org/10.36985/vga6r922>
- Latifa, M. N., Huzaimah, S., & Gunaningrat, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 49–61. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3254>
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6, 9–13. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Mardiyatno, L., & Astuti, M. (2021). *The Effect of Products, Prices, and Advertising on the Purchase Decision of So Nice Sausage Products PT So Good Food (Japfa) in Sidoarjo*. *Academia Open*, 5. <https://doi.org/10.21070/acopen.5.2021.1718>
- Musnaini, Suyoto, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Azizah, S. N., Wibowo, U. D. A., Satata, D. B. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). *Manajemen Pemasaran*. PT Penamuda Media.
- Ningsih, Saleh, M., Sudirman, Natsir, A. W., Nursapriani, & Umar, R. (2024). *Manajemen Pemasaran*. CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44–47. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1>
- Oppy Nisrina Muflihah, Heri Susanto, & Dewi Fitrianti. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Merek ADES. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 353–362. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2035>
- Putri, E. N., Kurniawan, D., & Husadha, C. (2025). Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2021). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3, 349–360. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i8.6140>

- Rama Prasetyo, A., & Andjarwati, A. L. (2021). Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>
- Riani, O., Wijayanto, G., & Riau, U. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Loyalty* Dan *Repurchase Intention* Pada Konsumen Produk Maybeline Di Kota Pekanbaru. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Number 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 370–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan *R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed., Vol. 5). Alfabeta.
- Valerio, J., Azizi, H. Z., & Siboro, S. M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Kasus Mie Gacoan di Tangerang Selatan). *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 4(01), 248–255.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>