

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Produk Smartphone Android. *Repository.Untar.Ac.Id*. [http://repository.untar.ac.id/40320/1/Michael Marco 115190263 JA.pdf](http://repository.untar.ac.id/40320/1/Michael_Marco_115190263_JA.pdf)
- Adelia. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fashion House 10 Setia Budi Medan Skripsi Oleh : Adelia Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kep.*
- Anggita Sri, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa Di Nganjuk. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 123.
- Anik, W. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Radhita Purwodadi).*
- Anwar, M., & Sumantri, B. A. (2021). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Crf 150L Pada Komunitas Kracker Nganjuk Berdasarkan Pertimbangan Kualitas Produk *Seminar Nasional Manajemen* ..., 37–42. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/729%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/729/750>
- Anwari, S. P., & Djawoto, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oppo F9. *Jurnal Ilmu Dan Riset* <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2260%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/2260/2263>
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2021). Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13(Juni), 67–79.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Fameliana, F. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Social*

Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Di Purwokerto.

Febrianto, A. (2024). *Sepeda Motor Matic Merek Honda Beat Pada Pt . Astra Honda Motor Cabang Aksara (Aksara Motor).*

Ghozali. (2018a). *Buku Ghozali.pdf* (p. 490).

Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.

Hasanah, N. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Fin Pada Mm Food Court Kabupaten Tabalong.*

Indrawati, F. (2018). DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING Fenny Indrawati. *Pengaruh Kualitas*, 6(2).

Irawan, P. R., Abdillah, A., & Taryanto, T. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Home Industry Sandal Kulit Kandangwesi Collection Garut. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1–63.

Krismanegara, R. J. A., Samari, & Purnomo, H. (2021). Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Optimalisasi Kualitas Produk ,Variasi Produk, Dan Persepsi Harga Pada Nindy Dekorasi. *Senmea*, 127–139.

Lestari, R. Y., Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2021). Analisis Store Atmosphere, Lokasi Usaha, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Homely Koffee Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6 (1)(2), 347–359. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/708>

Lestari, S. R. I. (2021). Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat. *Neliti.Com*, 70. <https://www.neliti.com/publications/497462/pengaruh-live-streaming-brand-awareness-desain-web-dan-brand-image-terhadap-kepu>

- Liliana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.com. *Pengaruh Brand Image Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.Com*, 2016.
- Nirma, K. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- Proxis. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Frozen Food CHAMP Di Hypermart Lippo Cikarang). *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, 1(1), 53–63. <https://journal-ima.org>
- Putri, V. A. T., Ichsannudin, & Wihara, D. S. (2022). Analisis Quality Product, Quality Place, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Peh Kopi Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi 2022*, 7, 521–528.
- Ramadani, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kaku Food Di Kota Makassar. *Αγαη*, 15(1), 37–48.
- Sari, F. W. (2022). *Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Syamril. (2024). *Disusun dan diajukan oleh SYAMRIL A012222002 Kepada*.
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Di Purwokerto. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.
- Widiani, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Al Khalid Pada Generasi Z Dan Alpha Di Kota Bandung. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–12.