

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, L. A., Zulistiani, & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Seminar Nasional, Ekonomi, dan Akuntansi*, 8, 14-26.
- Andalas, S. F. T. (2023, June 12). *209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023*. Good Stats. <https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia> (Hakimah, 2019)[menggunakan-smartphone-pada-tahun-2023-cbha0](https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia)
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3), 96–107. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Asih, M. A. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone*.
- Astuti, A. D., & Febriatmoko, B. (2023b). Diferensiasi Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 20(01), 10–19. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i01.5154>
- Ayes, Y. T., Hariyadi, G. T., Yovita, L., & Putra, F. I. F. (2024). Diferensiasi Produk, Eco-label, Dan Brand Awareness Sebagai Peran Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger. *JURNAL MANEKSI*, 13(2), 500–512. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2327>
- Dewi, I. S., & Prasajo, E. (2024). Pengaruh Diferensiasi, Prestise, dan Performa Sistem Operasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone iPhone di Kabupaten Magelang. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(2), 157–174. <https://doi.org/10.61476/yrkm9p97>
- Faizy, A. F., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Vivo di Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 618–633. <https://doi.org/10.31316/jk.v7i1.4857>
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO* :

Journal of Management & Business, 4(2).
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1674>

Firmansyah, D., Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85-114. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph>

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

Hakimah, E. N. (2019). Konsep Pemasaran Untuk Usaha Baru Hidroponik Titik Tanam. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 47-62.
doi:<http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.336>

Hakimah, E. N. (2025). Competitive Advantage of Food Truck Enterprises In Kediri: A Phenomenological Study. *Journal of Management, Business, Social Science, and Humanities (Ambareesh)*, 1(1).

Hakimah, E. N., Aliami, S., & Muslih, B. (2022). The Netnographic Potrait: Competitive Advantage of MSME'S Retail Business Via "WAG" During Covid-19 Pandemic. *Proceeding 2nd International Conference on Business & Social Sciences (ICOBUSS)*, 2.

Hakimah, E. N., Thoyib, A., Noermijati, & Wijayanti, R. (2023). Building the Competitiveness of Traditional. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 660, 903-911. doi:https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4_113

Hakimah, E., & Samari. (2023). Ethnometodological on Traditional Javanese Retails:. *International Journal of Religious and Cultural Studies*, 5(2), 149-162. doi:doi.org/10.34199/ijracs.2023.10.07

Johari, M., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 745–755. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.721>

Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN IKAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36615>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Lenti, M., Beni, S., Damas Sadewo, Y., Prodi Kewirausahaan Institut Shanti Bhuana Bengkayang, M., Barat, K., & Prodi Kewirausahaan Institut Shanti Bhuana Bengkayang, D. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *JBEE*, 2(2), 2020. <http://jurnal.shantibhuana.ac.id/jurnal/index.php/bee>
- Manalu, D., Simangunsong, R. M., Septiana, D. N., Siregar, I., & Eksternal, F. (2024). Analisis Faktor-Faktor Pendorong terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Generasi Z Dikalangan Mahasiswa di Medan. <http://dx.doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4215>
- Matondang, K. A., Yapardi, C. O., Silitonga, S. V., & Mila, N. (2024). Keseimbangan Konsumen Cardinal dan Ordinal. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5), 125–127. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14531305>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlala, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI: KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT PEMBELIAN: KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA (LITERATUR REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Naninsih, N., & Hardiyono. (2019). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK USAHA KECIL MENENGAH (UKM) 310 DI MAKASSAR. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan*, 1(1), 47–61. <https://doi.org/10.37476/massaro.v1i1.644>
- Ningtias, I. N., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originate di Kota Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 9, 134-143.
- Nuraini, A., Hartati, R., Rejeki Ekasasi, S., Nurweni, H., Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, S., & -Indonesia, Y. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA DI KALANGAN PEMUDA YOGYAKARTA DENGAN MINAT BELI SEBAGAI

VARIABEL MEDIASI (Vol. 4, Issue 1).
<http://dx.doi.org/10.35917/cb.v4i1.400>

- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2023). Penerapan Uji Asumsi Klasik untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 1(12), 472–481. <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/1551>
- Nurchaya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2024). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. 1(12). <https://doi.org/10.5281/zenodo.104492725>
- Nurwisasa, & Andhika, M. F. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lawson U-Town Bintaro. *Jurnal Sains Student Research*, 1(1), 514–523. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.191>
- Permana, H. A., Yusnita, R. T., & Oktaviani, N. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ali Jaya Meubel. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(6), 592–595. <https://doi.org/10.56799/jceki.v2i6.2137>
- Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i2.1692>
- Putri, F., Pujianto, A., & Mulyati, D. J. (2024). Analisis Pengaruh Preferensi Merek, Persepi Kualitas, Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Untuk Penjualan Jiwa Toast Citraland Surabaya Melauimedia E-Commerce). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(2), 35–40. <https://doi.org/10.30996/jdab.v9i2.10538>
- Rianto, T., Hakimah, Ema N. (2024). The Influence of Brand Equity, Life Style, and Product Variety on Purchase Decisions for Aerostreet Shoes. *Proceeding Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2, 545-554. <https://doi.org/10.29407/pffdr337>
- Rusdian, S. (2021). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA ROSEBERRY CAKE SHOP GARUT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132–140. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i1.161>
- Saefurrahman, A. H., & Nizhamuddin. (2024). Tren Green Marketing dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan serta Citra Merek : Studi Kasus

- Patagonia. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, 4(1), 971–979. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i1.6909>
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 2686–5246. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/952>
- Satria, E. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DITINJAU DARI PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Al Dzahab*, 4(2), 92–102.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran Citra Merek dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen : Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian . *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.884>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., & Ghetta, A. P. K. G. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Subandi, T. (2017). PENGARUH PROMOSI WORD OF MOUTH DAN PREFERENSI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Peforma : Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 1(5). <https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.347>
- Subekti, F. E., & Akhsani, L. (2020). PENGEMBANGAN MODUL STATISTIKA DESKRIPTIF BERBASIS PEMECAHAN MASALAH. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 9(3), 530. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v9i3.2869>
- Sudirjo, F., Wahyuningsih, D., Wijayanto, G., & Wahyono, D. (2024). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (A. Asari, Ed.; 1st ed.). PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Sugiyono. (2021). *Stasistik Untuk Penelitian* (Edisi ke 31). ALFABETA, cv.
- Sumarsono, A. B., & Hakimah, E. N. (2024). *The Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Buyer Decisions (Survey on Mixue Nganjuk ' s Instagram Account Followers)* Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol . . 2, 519–530. <https://doi.org/10.29407/zy57aj97>
- Suprihatin, F., Istiasih, H., & Damayanti, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Bakso Pak Ndut

- Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 1008-1016. doi:<https://doi.org/10.29407/1p0hmx88>
- Tarigan, B. I., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawas, J. L. A. (2022). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFÉ SAROHA DI KOTA MANADO. In *Tampenawas 491 Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 1). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38149>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 2579–9312. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Trimukti, A. F., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Sportwear Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 1073-1081. doi:<https://doi.org/10.29407/xr4fqh23>
- Ulfa, E. S. (2017). *PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA CALYA PADA PT. HADJI KALLA CABANG COKROMINOTO KOTA MAKASSAR*.
- Ulitama, Z. B., & Prastyani, D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk , Promosi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 295–313. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2768>
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital*. CV. Erueka Media Askara.
- Waruwu, F. F. C., Sidauruk, H. B., Nainggolan, I. A., & Matondang, K. A. (2024). Inovasi dan Diferensiasi Produk Dalam Pasar Persaingan Tidak Sempurna: Implikasi Bagi Kebijakan Pemasaran. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 11(6). <https://doi.org/10.8734/musyrtari.v11i6.8130>
- Wardani, I. K., Zulistiani, & Damayanti, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dapur Chubby. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 2, 116-125. doi:<https://doi.org/10.29407/qzqq227>
- Watung, V. A., Wenas, R., & Kawet, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada PT Alfamart Cabang Motoling Minsel. *Jurnal EMBA*, 10(2), 82–95. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39400>
- Yuningpra, G. D., & Hakimah, E. N. (2024). The Impact of Tiktok Shop Closure on Generation Z's Buying Interest. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 2(76), 701–708. <https://doi.org/10.29407/w3a72d66>
- Zusrony, E. (2021). *PERILAKU KONSUMEN DI ERA MODERN* (R. A. Kusumajaya, Ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.