

DAFTAR RUJUKAN

- ACEA. (2024). *Economic and market report: Global and EU auto industry (full year 2024)*. European Automobile Manufacturers' Association.
- Astawa, I. P. (2021). *Statistik deskriptif dalam penelitian sosial*. Pustaka Larasan.
- Aziz, A., & Tiarawati, M. (2021). Pengaruh reputasi penjual, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian produk online second hand (Studi pada pengguna aplikasi OLX). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 456–468.
- Chaerudin, & Syafarudin. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 45–56.
- Chaerunnisa, N., & Safria, A. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kopi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 33–44.
- Fitaningsih, N. D., Widodo, M. W., & Samari. (2025). Pengaruh brand image, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian Wardah pada mahasiswa UNP Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 4, 1387–1393. <https://doi.org/10.29407/0az7n479>
- GAIKINDO. (2024). *Data penjualan kendaraan bermotor Indonesia tahun 2024*. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusviani, D., Kusumaningtyas, A., & Leksono, P. Y. (2025). Keputusan pembelian ditinjau dari kualitas produk, harga, dan promosi online pada produk Jimshoney. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1), 1–15.
- Halim, A. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Hasan, M. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Imploran. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 89–101.
- Karavella Altavista, R., dkk. (2024). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan pembelian batik pada IKM Batik XYZ Solo. *Jurnal Manajemen Industri*, 8(1), 21–34.
- Kosasih. (2021). Analisis pengaruh kinerja produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(2), 77–88.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

- Liansari, D. N., & Sardanto, R. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko An Nur. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 7, 539–547.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2031>
- Maharani, P. (2022). Pengaruh reputasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 112–124.
- Muslim, M., Khalik, A., & Surianto. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian mobil listrik Wuling Air EV. *Jurnal Manajemen Otomotif*, 5(1), 1–14.
- Nur Aziz Sugiharto, N., Nurhayati, N., & Madani, F. (2021). Pengaruh reputasi dan online customer review terhadap proses keputusan pembelian konsumen (Survei pengunjung Tokopedia). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(3), 201–213.
- Prastiwi, D., & Handayani, S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Focallure. *Jurnal Ekonomi Modern*, 12(1), 55–66.
- Ratnasari. (2023). Pengaruh kualitas produk, reputasi toko, dan pemasaran digital terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(2), 98–110.
- Saputri, R. (2024). *Analysis of brand reputation on purchase intention*. Deepublish.
- Sugiyono. (2025). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen jasa*. Andi.
- Tohari, A., & Bhirawa, W. T. (2023). Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian berbasis skala Likert. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 7(1), 12–23.
- Wulansari, D. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Outlets Worldwide Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategik*, 9(1), 41–53.