

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- ARSYANSYAH, A. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Counter Hp Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk*.
- Buchari Alma. (2013). *anajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. alfabeta.
- Cahyadi, I. G. N. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembeli pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4), 152–159. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1444>
- Dedy Ansari Harahap. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keungan Dan Bisnis*, 7(3).
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hinely, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78–82. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18046>
- Doni Setiawan, Kusuma Agdhi Rahwana, S. P. L. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Kue Erna Cake Pn catengah Kabupaten Tasikmalaya). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 3995.
- Fandy Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Andi.
- Febrianti, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 437–440. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.148>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- hanif Mauludin. (2010). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer, Pimpinan*

Perusahaan Organisasi. Elex Media Komputindo.

- Hasan, F., Leksono, A. B., & Suseno Hendratmoko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO di Dancell Pare. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 163–175. <https://doi.org/10.30640/digital.v1i4.410>
- Hidayat, M., Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart Di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung Ma'ruf Hidayat*, . 67–78.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen*. 2nd. ed. 4. Erlangga.
- J, S. N. (2013). *Perilaku Konsumen*. kencana.
- Joel,G.,Massie,J.D.,&Sepang, J. . (2014). Pengaruh motivasi, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepeda motor matic merek Yamaha Mio di kotaManado. *JurnalEMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed). Pearson Education Limited.
- Matahelumual, N. P., Adolfina, & Kawet, R. (2019). the Effect of Organizational Culture and Organizational Commitment on Employee Work Productivity At the Bureau of Organization of the Regional Secretariat of North Sulawesi Province. *641 Jurnal EMBA*, 7(1), 641–650.
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229–246. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i1.163>
- Ningrum, M. (2019). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 2(1), 23–35.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Kirei Indonesia Bandung. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5), 612–618. [http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/41711%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/41711/1/BAB I.docx](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/41711%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/41711/1/BAB%20I.docx)
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.

- Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *anajemen Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga.
- Prasetya, K. Y. A., Suarmanayasa, I. N., & Yulianthini, N. N. (2019). Faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk future culture di singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(2), 76–81.
- Rahendra, M. D. B., & Nuvriasari, A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN FIRST MEDIA DI KOTA TEGAL. *JEB*, 16(3), 175–185.
- Rezky, A., Amin, S., & Adil, M. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR DISTRIK HINGK KABUPATEN PEGUNUNGAN ARFAK PROVINSI PAPUA BARAT. *Competitiveness*, 7, 65–77.
- Riau Rahmat Hidayat. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA.
- Rifa'I Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, & Imbayani I Gusti Ayu. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Values*, 1, 1–12.
- Rosidi, A. P. (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Seragam Purnama Lanvin (Study Pada Konveksi Ud. Lanvin Collection Jombang)*. STIE PGRI DEWANTARA.
- Salman Paludi dan Rahmah Juwita. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonom*, 18(1).
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Prentice Hall.
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.21900>
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (Nurul Falah Atif (ed.)). Refika Aditama.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Kedua). In *Alfabeta* (Vol. 3, Issue 2).

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- SYAHRUL, R. I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada PT Sekawan Berkah Jaya di Sukoharjo)*.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset.
- Tolan, M. S. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.