

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Syarifa Al Kaunaini, D., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk Di Sidoarjo (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Anatasya, A., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Hotel Maven Fatmawati Jakarta. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, Vol.1 No.3*.
- Aprillia Darmansah, S. Y. Y. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA, 1*.
- Arni Handaja, A., Raja Unggul Saragih, D., STEIN Jakarta, M., & Stein, D. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT. ASURANSI TOTAL BERSAMA* (Vol. 31, Issue 2).
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). *PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CFC GRANDE KARAWACI*.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>

- Fadil, A. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Zalora Indonesia. In *Journal of Indonesia Marketing Association* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal-ima.org>
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Juliandi, *et al.* (2015). *Metode Penelitian Bisnis*
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. Vol. 2, No. 1, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367.
- Mardalis. 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho J. S. 2003. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta.

- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa: Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Prihatini, W., & Gumilang, D. A. (2021). *The Effect of Price Perception, Brand Image and Personal Selling on the Repurchase Intention of Consumers B to B of Indonesian General Fishery Companies with Customer Satisfaction as Intervening Variables*. *European Journal of Business and Management Research*, Vol.6, 91-95.
- Reza Ruliarto, H. (2024). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Persepsi harga Terhadap Keputusan Pembelian di MCDonald's Grand Wisata Tambun. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(2).
- Safitri, A., & Santoso, A. B. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen McDonald's Ngaliyan Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 33–45. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3761>
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1). <https://doi.org.10.37531/sejaman.v5i1.1902>
- Satria Sultan Ikbari, Alda Arsikoh, & Yusril Mardani. (2022). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's Pondok Cabe. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 424–432. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i4.1154>
- Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.

- Soetanto, F. P. (2022). Pengaruh Promo, Loyalty Point dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Burger King. *Jurnal Cita Ekonomika*, 16(1), 1–17. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v16i1.5576>
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Suhardi, Y et al. (2020). Pengaruh Keragaman produk, Persepsi harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen (Studi kasus supermarket Ardevon Rawamangun Jakarta). vol. 29, No. 02.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.