

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Zaenul Fitri dan Nik Haryanti. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Madani Media.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. ANDI (Anggota IKAPI).
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (X)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2019). *Metonde Kuantitatif*. 1–14.
- Hanim, N. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa*.
- Landeng, R. J. G., Mandeny L, S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Cita Rasa , Persepsi Harga dan Customer Relationship Management Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba Sel-Sel Cheesetea di Tumpaan The Influence of Taste , Price Perception and Customer Relationship Management on the Purchase Decision of Boba. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 7(4), 315–324.
- Mariska Fadilah, M. (2021). *Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Puyo Desserts Di Grand Galaxy Park Bekasi. (Studi Kasus Puyo Desserts Di Grand Galaxy Park) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indo)*, 2004, 6–25.
- Pembelajaran, P., & Di, E. (2013). *BUSINESS PLAN SEBAGAI IMPLEMENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMBELAJARAN EKONOMI DI SMA Sri Endah Setiarini 1. VIII(2)*, 146–155.
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- 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.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Melayani Lebih Baik BAB 1 DAFPUS*. 2(2), 312–318.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). 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), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Setyo, P. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan*

Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.

Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>

Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2021). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Performa*, 5(3), 176–184. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1756>

Vasic, N., Kilibarda, M., & Kaurin, T. (2019). The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2), 0–0. <https://doi.org/10.4067/s0718-18762019000200107>