

DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa, Yonaldi, dkk (2023). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA TEBU* (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 7, Nomor 3, September 2016
- Alvionita, V. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda*. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3), 1–16.
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Aryaditya, B. A., & Khuzaini. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–22.
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). *Analisis Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi*. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i1.554>
- Benhardy, K. A., Hardiyansyah, Putranto, A., & Ronadi, M. (2020). *Brand image and price perceptions impact on purchase intentions: Mediating brand trust*. *Management Science Letters*, 10(14), 3425–3432. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.035>
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). *Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts)*. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.
- Effendi, Z. R., Sentosa, E., & Nursina. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Seikou Coffee Depok*. *Ikraith-Ekonomika*, 5(1), 31–38.
- Effriena Brilliany, & Anton P.W. Nomleni. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*

Produk Scarlett. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 72–77.
<https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>

Efnita, T. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Cv.gajah Mada Cabang Padang. Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 5(2), 231186.

Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). *Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>

Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

Hidayat, R. M. & I. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xiaomi Smarphone. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(12), 1–16.

Imannuela Destiana Cristiyani, Heru Irianto, I. K. (2020). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Hakiki Coffee Surakarta*. 8(2), 1–10. <http://eprints.undip.ac.id/40229/>

Kanisius Waro wanda. (2015). *Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda. Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4), 757–768. ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id

Manoppo, J. R., & Tumbuan, A. J. . W. (2014). *Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Excite Oriflame. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1032–1042.

Maryati, & Khoiri.M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

Nurhayati, S. (2017). *Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.*

Nuryani, F. T. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). Jurnal*

Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 3(4), 452–462.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

Octavia. (2021). *consumer trust, product quality, price perception, and purchase decision*. 05(02), 709–725.

Paramita, Laras Fitri, and Dewi Urip Wahyuni. 2019. "Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen." *Jurnal Ilmu Riset Manajemen* 8: 1-18

Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).

Setiawan, H. Y., & Alwie, A. F. (2019). *Peran Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Merek Apple di Kota Pekanbaru*. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 258–271.

Sodirin, S. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Pasta Gigi Ciptadent Pada PT. Unilever Indonesia Cabang Lampung di Bandar Lampung*. *Jmms*, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.24967/jmms.v4i1.600>

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran - Heri Sudarsono - Google Buku*. In *Cv. Pustaka Abadi* (p. 2). https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=manajemen+pemasaran&ots=4OWZci_ehZ&sig=IyZec118Mqy1QO0yO5s_e4Pq77Y&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemenpemasaran&f=false%0Ahttps://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen*. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L., 978-623-48*(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).

Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya)* Krido Eko Cahyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10 No. 1, 1–2.

Tjiptadi, M. (2008). *Konsep Pemasaran dan Proses Manajemen Pemasaran*. *Modul 1*, 1–41.

Wandira, L. W. A., & Muhammad, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren Andromax 4G/Lte Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.

Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 1–11.

Warasto, H. N. (2018). *ANALISA PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur)*. *JURNAL SeMaRaK*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.32493/smk.v1i1.1243.y2018>

Xian, Gou Li, dkk. (2011). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Rita (2018). BRAND IMAGE. Diakses 15 Oktober 2023 dari

Zed, E. Z., & Kartini, T. M. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, Cikarang)*. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 7(2), 7217-7237

<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>

www.liputan6.com.

www.topbrand-award.com.

www.rawatgigiku.co.id.

www.compas.co.id.