

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). *Pengaruh citra merek , kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok*
Influence of brandimage , service quality and consumer confidence on indihome purchasing decisions at telkom telecommunications. 12(1), 32–39.
- Adipramita, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80–90.
<https://doi.org/10.30996/jem17.v4i1.2916>
- Afwan, M. T., & Suryono, B. S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 8(1), 1–13.
- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness Dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 165–174. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.109>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Arifin, & F.f. (2018). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawjaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Pengguna Oppo Smartphone)*.
- Ariyuni, D., Yusuf, D., & Msi, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Starbucks*. 22(11), 1–19.
- Bala, bantara sakti bumi, Saroh, S., & Krisdianto, D. (2022). Pengaruh lokasi,

suasana toko, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di indomaret dinoyo malang. *JIAGABI*, 11(1), 306–312.

Beni, saebani ahmad, & Sutisna, Y. (2018). *Meode Penellitian Pengantar*. Pustaka setia.

Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.

Ena, M. Y., Antonio E. L. Nyoko, & Ndoen, W. M. (2019). Ena, Nyoko and Ndoen/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 10, No.3, 2019, p299-310. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3), 299–310.

Falah, G. K. M., Saufi, A., Putra, D., & Sakti, dwi putra buana. (2022). Pengaruh Café atmosphere , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Nyaman Coffe Shop Kota Mataram. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 1(4), 1–18.

firmansyah, muhammad anang. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. PENERBIT DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). https://www.researchgate.net/publication/329880628_PERILAKU_KONSUMEN_Sikap_dan_Pemasaran

Hikmawati, F. (2019). *metodologi penelitian (3rd ed)*. Rajawali pers.

Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>

Maharani, susana. (2019). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga terhadap keputusan pembelian pizza hut*. 2(1), 10–22.

- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 Januari 2022 , Hal . 39 - 48. 10(1), 39–48.*
- Maulani, R. D., & Wahyuningsih, D. (2021). Analisis Ekspor Kopi Indonesia pada Pasar Internasional. *Pamator Journal*, 14(1), 27–33. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.8692>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Muharam, Wifky & Euis Soliha, 2017. (2017). Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU&CALL FOR PAPERS UNISBANK KE-3 (SENDI_U3) 2017, 2014*, 755–762.
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.946>
- Mustafa, P. S. dkk. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga. *Program Studi Pendidikan Olahraga Fakultas Ilmu Keolahragaaan Universitas Negeri Malang 2020*, 53(9), 1689–1699.
- Nugraha, M., & Sumadi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 97. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v11i2.1190>
- Rahman, yusuf abdul, & Hidayati, R. (2021). pengaruh persepsi harga, intensitas

promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada optik famili. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volume, 10, 1–12.

Robi'ah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.235>

Sania, S., & Mariah. (2022). Pengaruh Social Media Marketing , Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng. *Manajemen*, 1(1), 37–47.

Saroinsong, M., Mananeke, L., Poluan, J. G., Harga, A. P., Merek, C., Keputusan, T., Saroinsong, M., Mananeke, L., & Poluan, J. G. (2022). PEMBELIAN PERUMAHAN DI CITRALAND MANADO ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE , LOCATION , BRAND IMAGE ON HOUSING Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 , Januari 2022 , Hal . 828-839. *Jurnal EMBA*, 10(1), 828–839.

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.

sujarweni. (2018). *metodologi penelitian*. Pustaka baru press.

Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.

sujarweni, wiratna. (2019). *metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Pustaka baru press.

Sumiyati, & Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Semarang). *Proceeding SENDIU*, 10, 978–979.

Tjiptono, F., & diana, anastasia. (2020). *Pemasaran*. Andi.

Ummat, R., & hayuningtias, kristina anindita. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AMBASADOR DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NATURE REPUBLIC. *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 4(6), 2279–2291.

widiasworo, erwin. (2019). *menyusun penelitian kuantitatif skripsi tesis*. araska.

