

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadillah, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI.
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari, 2023*(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- 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.
- Asianti Nainggolan, R., Humala Sitorus, D., Putera Batam, U., & Soeprapto Muka Kuning, J. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam*. 23(2), 49.
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Dewi, D. A. N. S., & Anhar. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Grab Bike di Jabodetabek (Studi Kasus pada Masyarakat Jabodetabek Periode 2019). *Jurnal ...*, 3(1), 1–25.
- Ekaputra, N. D. (2021). Efektivitas Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Pemerintahan Daerah (SIPD) Dalam Penyusunan Dokumen RKPD Di Kabupaten Nganjuk. *Otonomi*.
- Hafid, M., Eva, O. N., & Novita, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/jupiekes.v1i3.335>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- 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), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise).

- Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nurwisesa, & Andhika, M. F. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Produk Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 514–523.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R., & Marah, V. (2020). *Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion*. 3(1), 212–223.
- Pradana, U. N. K. (2022). Pengaruh kualitas produk, brand ambassador, harga terhadap keputusan pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Purwanza, Sena, & Wahyu. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.
- Rahmawati, A., & Maskur, A. (2023). The Influence Of Product Quality, Perceived Price And Promotion On Purchasing Decisions At PT. Nusantara Sakti, Mijen Branch, Semarang City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3171–3179. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Rezky, M., Tinneke, M., Tumbel, M., Kalangi, J. A. F., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Ritonga, N. S., Lubis, J., & Limbong, C. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras di Toko Grosir Minang di Desa Tj Medan Kecamatan Bilah Barat Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(2), 338. <https://doi.org/10.51195/iga.v13i2.269>
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Sancai, Santoso, & Utama, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. Solusi Bangun Andalas Medan. *Detikproperti*, 1, 119–121.
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj*:

- Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 122–132.
<https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.559>
- Setiawan, D., & Arifin, K. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Di Klinik Sikamali Mabuun. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 204–216.
- SM, F., Ekasari, R., & Arif, D. (2020). Pengaruh Celebrity Endorses, Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab. *IQTISHA Dequity Jurnal MANAJEMEN*, 1.
<https://doi.org/10.51804/iej.v1i1.345>
- Sukamto, A. N., Kusumawati, A., & Abdillah, Y. (2019). The Influence Of Advertising and Sales Promotion Toward Consunenrs Purchase Decision (Survey on Brawijaya University under-graduate student as Nescafe consumer). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 74(1), 67–75.
- Suryani, N. L. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2(3), 419.
<https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, R. (2021). Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40.
<https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Syabani, A. N., Perenika, A. F., & Ramdani, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Batuajajar *Indonesian Journal of ...*, 1(7), 643–652.
<https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema/article/view/552%0Ahttps://jurnal.intekom.id/index.php/ijema/article/download/552/468>
- Talumantak, R., & Mariyana. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Hours Coffee and More Jakarta. *Human Capital Development*, 10(3), 1–10.
<http://ejournal.asaindo.ac.id/index.php/hcd>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Warni, Z. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rumah Makan Sri Melayu di Kota Palembang.

Jurnal Manajemen.

- Widyaningsari, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 688–707. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1976>
- Witjaksono, I. A. M. S. S. I. A. D. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. 1370–1385.
- Wulandari, P. A. (2024). Implementasi Metode Talaqqi untuk Mempermudah Proses Menghafal Al-Qur'an Santri di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Barokah Insani Mandiri Jenggawah Jember Tahun 2024. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.