

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rouf & Kastawan Mandala. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 12(7),627-670.
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Muslim sebagai Pemediasi. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 079. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Arikunto, S. (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*
- Budianti, F., & Nurtjahjadi, E. (2023). Pengaruh Green Product dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Tupperware (The Influence of Green Product and Perceived Price on Interest in Buying Tupperware Products). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(3), 195–207.
- Dinda Puji Lestari & Wirawan Widjanarko. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.id di Market Place Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), e-ISSN 2963-1181
- Dingot Hamonangan Ismail, Damdam Damiyana, & Kania Farida. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tiket on Line. *Buana Ilmu*, 6(2), 130–144. <https://doi.org/10.36805/bi.v6i2.2346>
- Ferdinan, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firda Anggun Septiana Rasmana, Achyar Eldine & Leni Munirik. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 114-122.
- Galih Hilmy Pratama & Rokh Eddy Prabowo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 160-170.
- Ghanimata, F., & Mustofa Kamal. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali I. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang. Penerbit : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kesembilan. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gilang Izdihar & Sugeng Purwanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang I Phone Pada Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 5(2), 1-16.
- Hasana Hilaliatun, F. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi, Terhadap Minat Beli Kopi Kenangan Di Purwokerto. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 190–199.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui

- Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Jaelludin Al Mahali. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli I Phone di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), ISSN 2337-7860.
- Juniarta, P. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 4184–4195.
- Kasman, K., Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). *Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada*. 2(September), 2274–2293.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary, A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Listiani, T., & Wulandari, A. (2022). Pengaruh Keamanan Bertransaksi , Kemudahan Transaksi dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal EMAS : Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewiausahaan*, 50–58.
- Mahali, J. Al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 247–256. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1780>
- Mahardika, Y., & Jumhur, H. M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Pada E-Commerce Tokopedia. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2), 401–411. <https://doi.org/10.37606/publik.v10i2.594>
- Maknun, L., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Custoer Experience Terhadap Word Of outh Pada Skincare Brand Emina. *Journal of Information Systes Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(3), 57–71. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Ni Kadek Risna Dwi Kartika, I Gusti Ayu Imbayani & I Made Surya Prayoga. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat PembelianU lang Produk Starbucks Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(1), E-ISSN 2774-3020.
- Niken Faradilla Sandy & Ajeng Aquinia. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 5(1), E-ISSN 2599-3410.
- Nurchahyo, Brian H., & Imroatul Khasana. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3).
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7568>
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat

- Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Alfamidi Jababek 2). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Retno Dewi Wijastuti & Nidya Cantika. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Go Food di Kota Sorong. *Jurnal Kalianda Halok Gagas*, 4(1), ISSN-2776-1355.
- Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa. 2011. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 1, Bogor : Ghalia Indonesia
- Rofiatu Darojah, Kesi Widjajanti dan DC.Kuswardhani. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Universitas Semarang*, 1(1).
- Rojikun, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Seri Galaxy Pada Pengunjung Pusat Grosir Cililitan (PGC). *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 15–26. <https://doi.org/10.37012/ileka.v3i2.1189>
- Rokhmawati, H. N., Kuncorowati, H., & Supardin, L. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 515–526.
- Sain, A., Niha, S. S., & Amaral, M. A. L. (2023). Pengaruh Harga Psikologis, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Perempuan Pada Merek Pencuci Piring. *Jurnal Inada*, 6(1), 1–13. https://www.wikiwand.com/id/Pencuci_piring
- Sari, A. C. M., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. *Jurnal Economina*, 2(9), 2610–2627. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.837>
- Saputro, Rihasto M., & Mustofa Kamal. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 4(2)
- Saputro, A., & Imroatul Khasanah. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(4).
- Sugiyono. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RDN. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Penerbit : Alfabeta, Bandung, 2017
- Swandari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(1).
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran (Edisi III). Yogyakarta : Andi Offset