

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hapzi, Anggita , Rizza. (2017). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price to Purchase Decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*. Vol 3, No. 6.
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta).
- Ali, Hapzi, Nandan Limakrisna, and Said Jamaluddin. 2016. “Model of Customer Satisfaction: The Empirical Study at Bri in Jambi.” *International Journal of Applied Business and Economic Research*.
- Ali, H., Evi, N., & Nurmahdi, A. (2018). The Influence of Service Quality , Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*.
- Ali, H., Zainal,V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141-153.
- Amos, N. (2014). *Metode Penelitian dan Statistika* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1-13.
- Diana Putri Aristamia, M. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Dovina Navanti, Sujiyo Miranto, R. P. (2017). Identifikasi Variabel Kualitas Jasa dan Bauran Pemasaran yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa di STBA Cipto Hadi Pranoto. In *Jurnal Kajian Ilmiah* (Vol. 17, Issue 02, pp. 45–50).
- Dyah Ayu Rara S, M. M. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 579-599.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3).
- Hair J.F.1998.*Multivariate Data Analysis*.Six Edition.New York:Printice Hall International.inc.
- Handayani, Ririn. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Hapzi Ali,et Al (2017). "*Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang)*"
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Berlian Multitama di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*.
- 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.
- Isti Faradisa, L. B. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe). *Journal of Management*.
- Kotler,Philip.2000.*Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Prentice Hall.Edisi Bahasa Indonesia.Jakarta:Salemba
- Kotler, Philip & Keller, Kevine Lane. (2013). *Marketing Management. 15thGlobal Edition. Pearson Education*.
- 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*.
- M, A., & Ali, H. (2017). MODEL KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA MEREK PADA GIANT CITRA RAYA JAKARTA. *Jurnal Manajemen*.
- Novansa, Hafizh, and Hapzi Ali. 2017. "Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products)." *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*.
- Prihartono, & Ali, H. (2020). The promises ethics and marketing concept strategy as a competitive advantage on private higher education (A

survey on perception of product attributes and promotion mix in Indonesia). *Talent Development and Excellence*.

Ruslan. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* . Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet

Sulistiorini, Mutiara Safitri, and Hapzi Ali. 2017. "Customer Satisfaction Model: Product Analysis, Price, Promotion and Distribution (Case Study at PT Integrasia Utama)." *International Journal of Applied Business and Economic Research*.

Susanti, E. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Ko.we.cok di Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, (Edisi Keempat)*.

Umar Bakti, M. S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Universitas Borobudur, 22 Nomor 1* (Cara manage pemasaran), 111–118.

Wahono, S., & Ali, H. (2021). Peranan Data Warehouse, Software Dan Brainware Terhadap Pengambilan Keputusan (Literature Review Executive Support Sistem for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 3(2)*, 225–239.