

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Tarmizi. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 1–23.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Ali, H. (2021). Penentuan Keputusan Pembelian Dan Pembelian Kembali : Analisis Kualitas Dan Harga Produk (Studi Kasus Di *Machine Translated by Google*. 2, 794–810.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-Commerce* Tokopedia Di Kota Manado *the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado*. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- 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>
- Arsil Syahroni, Tama Krisnahadi, R. R. I. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. *Ganec Swara*, 18(1), 138. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.743>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Christian, R. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12).
- Dhian Tyas Untari, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT . Adhikarisma Pratama. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(Maret), 211–222.
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

- Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(4), 464. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383>
- Erna Novitasari. (2020). *Dasar-dasar Ilmu Manajemen*. Anak Hebat Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=mH8jEAAQBAJ&dq=novita+sari+2020+manajemen+adalah&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs *E-commerce* Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal* (BMAJ), 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). *Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty*. Jimfe(Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi, 5(1), 1–14.
- Ghozali, I. (n.d.). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 26. https://slims.unism.ac.id/index.php?p=show_detail&id=7668&keywords=
- Hadita, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di *E-Commerce* Shopee pada Generasi Z. 2(3), 163–173.
- Halimi, N., Hafidzi, A. H., & Nursaidah, N. (2023). Pengaruh Fanatisme, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Lippo Plaza Mall Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(2), 183. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i2.2669>
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209–215. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27985>
- Indik Syahrabanu, R. P. (2025). *Jurnal Dunia Pendidikan*. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 3(November), 67–78. <http://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JURDIP/article/view/2083>
- Junita, Shinta Lestari Dearly, & Tri Setyo Mulyani Hendarti. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Rumah Makan Padang Pagi Sore Cabang Jalan Pulau Pelepas Kompleks Perkantoran Gubernur). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb)*, Stie-Ibek, 7(November), 93–107.
- Khong, R., & Salim, S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram , Citra Merek , dan Variasi Menu Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Restoran Wowrung . id Medan Pendahuluan Studi Literatur. 1(1), 14–27.

- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna *E-Wallet* Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Made Tiya Yogi Suari, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. N. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 5(1), 16–24. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v1i2.3053>
- Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *Jurnal Ilmu: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jibm : Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146. www.investor.iddi
- 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>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nugroho, E., Santoso, H. B., & Safi'i, I. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurmatis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri*, 2(2), 106. <https://doi.org/10.30737/jurmatis.v2i2.953>
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361.

<https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>

- Pramono, S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Bale Agung Pemasang. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(1), 90–106. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.322>
- Priyatno, D. (2024). Teknik Dasar untuk Analisis Data Menggunakan SPSS. https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Dasar_untuk_Analisis_Data_Menggunakan/4L0eEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Rawong, N., Valencio, V., & Bestra, F. (2024). *The Effect of Product Quality and Brand Image of Samsung Mobile Phones on Consumer Purchasing Decisions in Palembang City*. *Journal of Social Sciences Research*, 1(6), 39–51. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10466011>
- Rosyadi, Z. A., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Mabha Jurnal*, 3(2), 60–69. <https://doi.org/10.70018/mb.v3i2.43>
- Sakti Riana Fatmaningrum, S. & M. F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 4(1), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Saragih, G. F. & R. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kerjasama Tim terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Len Industri (Persero). *Jurnal Diversita*, 6(2), 105–114. doi: <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i2.4047>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Setyawan, O., Willyam, S., & Darmasari, R. (2022). *Lucrum : Jurnal Bisnis Terapan*. *Lucrum : Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241.
- Shakti, N. W., Mahmud, M., Panjaitan, R., & Purusa, N. A. (2024). Pengaruh Kualitas, Presepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Produk The Executive Di Kota Semarang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 470–483. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2309>
- Simatupang, L. N., & Afriyani, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Xl Business Solution Pada Pt. Activate Asia. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 29–40. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i2.153>

- Solihin, D., & Kamal, F. S. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota di Cinere Kota Depok. *Jurnal Arastirma*, 3(1), 206. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v3i1.32160>
- Sulung Anom, & Hapzi Ali. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 293–304. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1944>
- Winarso, W., Sinaga, J., Syarief, F., Untari, D. T., Supardi, & Mulyadi. (2023). The Impact Of Social Media And Innovation Strategy On The Marketing Performance Of Small And Medium Sized Enterprises (Smes) In Bekasi City, Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), 1–14. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1688>
- Yanti, I., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Yuzairi, R., & Aguss, R. M. (2022). Pengaruh Latihan *Shadow Drilling* Menggunakan Shuttlecock Terhadap Ketepatan Pukulan Smash Pada Pemain Di Pb Kafifa Lampung Tengah. *Journal Of Physical Education*, 3(2), 6–12. <https://doi.org/10.33365/joupe.v3i2.1957>
- Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>