

DAFTAR PUSTAKA

- Al Azahari Azahari, & Lukmanul Hakim. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 553–564. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/article/view/3779/pdf>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- 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>
- Dwi Astuti Nila Sari Dewi. (2019). No Title. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Bike, 3. [http://repository.stei.ac.id/3289/3/BAB II Nilla 6-dikonversi.pdf](http://repository.stei.ac.id/3289/3/BAB%II%Nilla%6-dikonversi.pdf)
- Fadilah, J., & Faudzan, R. R. (2021). Pengaruh Brand Image Teh Pucuk Harum Terhadap Masyarakat Kota Bekasi (Epic Model). *Jurnal Pariwisata*, 1(1), 13–22. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey>
- Firanazulah, F., Vinny, D. R. S., Anggi, N. J. S., & Ajatt, S. (2021). Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 1–9.
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, dan I. I. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Vol. 5, Issue 1).
- Halim, R., & Hamzah, M. I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Kosakata Apparel. *(JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1), 18. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Herlambang, F. P. P., Yusnita, R. T., & Arisman, A. (2022). Influence Of Product Quality, Product Design And Promotion On Purchasing Decisions. *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 921–926. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i3.950>
- 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>
- Irwan, & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Pengguna ban forklift merek annair di Kota Batam). *Jurnal Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1(4), 609–624. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/JMOB/article/view/3785>
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE*:

- Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86.
<https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Mardian, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Pada Duta Cell Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(1), 78–92. <https://doi.org/10.26460/md.v5i1.9651>
- Maulana, C. A., & Maskur, A. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 36–50. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5386>
- Noor, S. M., & Hendratmoko, C. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word of Mouth Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.608>
- Nuryanti, Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jinglyong Sutojayan Blitar). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 299–310.
- Octhaviani, S., & Sibarani, H. J. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food Di Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 521–528. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.331>
- Padani, S., & Dwi Mulyaningsih, H. (2023). Pengaruh Quality Product terhadap Minat Beli yang di Moderasi Oleh Service Quality. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 91–98. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.5811>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Putri Ayu Wulandari. (2024). *Pengaruh Harga, Green Marketing, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Le Minerale Di Kabupaten Banyumas*.
- Qomariyah, L., & Dwiridotjahjono, J. (2024). The Effect Of Advertising, Product Quality, And Brand Image On Loyalty Through Customer Satisfaction As Intervening Variables (Study On Consumers Of Pucuk Harum Tea In Surabaya)id 2 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 88–102. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ramadhan Lubis, Putri Nabila, Nurul Ilmi Nasution, Lathifah Azzahra, Hasraful, & Fadillah Andina6. (2024). Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 3, 2024. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 7899–7906.
- Ramadhan, M. Z., & Suprihhadi, H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Cafe Dalem Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 10(2), 1–13. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3926/3936>

- 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>
- Segoro, W., & Nugraha, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1), 07–18.
- 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>
- Syamsidar Euis Soliha Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Jl Kendeng Bendan Ngisor Semarang, R. V. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jbe*, 26(2), 146–154. [https://www.unisbank.ac.id/ojs/](https://www.unisbank.ac.id/ojs;)
- Upbatam, I., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 17–24. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i2.94>
- Widyana, S. F., & Simangunsong, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Teh Pucuk Harum). *Bisnis Dan Pemasaran*, 11(2), 1–11.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.