

DAFTAR PUSTAKA

- Armaniah, A., Rahman, A. R., & Syamsu, S. (2019). Analisis kualitas layanan menggunakan pendekatan SERVQUAL pada industri jasa. *e-Proceeding of Applied Science*, Vol. 9, No. 6, 2828-2835. ISSN: 2442-5826.
- Anatasya, A., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Hotel Maven Fatmawati Jakarta. *Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 51–70.
- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi. AE Publishing.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Al Tijarah*, 6(3), 96–107. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anna Wulandari, H. M. (2024). Keputusan Pembelian Komsumen. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Aziz, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Resto Online Dapur Moezzar Di Tangerang. *Inovasi*, 8(2), 62. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v8i2.p62-70.17454>
- Choerunnisak. (2020). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Semarang.
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61–71. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Coaker, T. (2021). *Brand Image and Consumer Perception: Building Strong Associations*. Jakarta: University Press.
- Darmayanti, F. N., & Aminah, S. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decisions at Starbucks Coffee Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(6), 2007–2018. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i6.5554>
- Didik, G. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing (B. Nasution ed ; Pertama). Tebing Tinggi : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

- Dzikra, F. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*, 11(3), 262-267.
- Dewi, P. S. A., & Suprpti, N. W. S. (2018). Membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek (studi pada produk smartphone merek Oppo). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87.
- Dewi, N. P. S., & Suprpti, D. (2018). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 123-130.
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat* (edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Galih Bahrul Allam Rasyad, H. I. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Pascabayar Indosat Di Semarang. *Jurnal Management Ekonomi Dan Akuntansi*, 13. <https://doi.org/10.33373/jmob.v1i4.3785>
- Image, P. B., Perception, P., & Service, D. A. N. (2024). *QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 7, 76–87. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1381>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th Edition). Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen and Brandmanagement* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "Marketing Management" edisi ke-15.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2016). *Principles of Marketing* (16th Edition). Pearson Education.
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.

- Maspeke, R. R., Pioh, N., & Undap, G. (2017). Manajemen Dana Desa dalam Meningkatkan Pembangunan di Desa Doloduo Kecamatan Dumoga Barat Kabupaten Bolang Mongondow. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 2(1), 2–12.
- 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>.
- Nanda, V. D., & Keni. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Makanan Kecil di Jakarta. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 5, pp. 515–519). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i5.20314>
- Puji Muniarty, Verawaty, Syahril Hasan, Siti Patimah, Triyani CH, Dicky Jhon Anderson Butarbutar, Cahyani Pratisti, Ismail, Asmirin Noor, Indria Guntarayana, Fitriana, Risca Kurnia Sari, Cory Mia Sihombing (2022) . Manajemen Pemasaran
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Pratama, Y., Fachrurazi, Sani, I., Abdullah, M. A. F., Novianty, H., Narulita, S., Hapsara, O., Zulkarnain, I., Fermayani, R., Sembiring, R. S. R., Abdurrohimi, & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 135, Issue 4).
- Permata Amelia Ramadani (2021). *Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Dengan Perilaku Penerapan Protokol Kesehatan Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Dawet Jabung) Desa Jabung Kabupaten Ponorogo*.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Ramadanti, S. F. (2024). *Merayakan Warisan Rasa, Menjelajahi Kelezatan Dawet Jabung Ponorogo*. GoodNewsfromIndonesia.
- Rizka Zahra, A., & Aslami, N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(1), 46–53.
- Riduan, & Kuncoro. (2012). Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung: Alfabeta
- Salsabila, A., & Soliha, E. (2023). The Influence Of Brand Image, Product Quality And Price Perception On Samsung Smartphone Purchase Decisions (Study on Samsung HP Customers in SMS Shop Matahari Simpanglima Semarang). Amelia Salsabila, et.al THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AN. *Jurnal Ekonomi*, 12(03), 2023.
- Sandy, N. F., & Aquinia, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Ulang. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 801–809. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.648>

- Silalahi, R. L., & Suparwo, A. (2023). The effect of price perceptions, service quality, and brand image on purchasing decisions on JNE Expedition Services. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(3), 356–367.
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Sari, P. N., Mardianto, D., Nugroho, H., Kesuma, T. M., Amin, M. A. N., Isabella, A. A., & Utami, M. M. (2022). Manajemen Pemasaran Kontemporer. In *Penerbit Wdina*.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). Consumer Behavior (11th Edition). Pearson Education.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace. HarperBusiness.
- Sulistyono. (2014). Manajemen pemasaran: Definisi Manajemen Pemasaran. *Liberty, Yogyakarta.*, February, 156. <https://doi.org/10.31237/osf.io/cn5fe>
- Tundung Subali, Patma Mohammad, Maskan Koko Mulyadi. (2019). *Pengantar Manajemen. In Pengantar Manajemen. June, 1–6.* <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17567.48800>
- Tjiptono, F. (2019). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi.
- Veronika, J., & Hikmah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe di Kota Batam. *Journal of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 210-223. <http://trianglesains.makarioz.org>
- Werdiasih, R. D., Karnowati, N. B., & Yoana, Y. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(1), 48–57. <https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>
- Zalza Shabila Putri. (2024). *Persepsi Generasi Z terhadap Makanan Tradisional Docang dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli [Skripsi]*. Universitas Pendidikan Indonesia.