

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- AGUSTINI, N. K. A. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA KOPERASI SERBA USAHA BANJAR BABAKAN BLAHBATUH, GIANJAR*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Ecopreneur*.12, 4(2), 172. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1013>
- Candra Alfian1, B. M. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka*.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*.
- Dimah, V. lidya. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR TVS*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.

<https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>

Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno-Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>

Fachrurazi, D. E. (2022). *Pengantar manajemen (P.T.Cahyono (Ed))*.

Fachry, F. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KARAWANG DI RAMAYANA MALL, KARAWANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.

Fahmi, S. (2024). *Impact of Marketing Mix on Patient Perception and Loyalty Dampak Bauran Pemasaran terhadap Persepsi dan Loyalitas Pasien*.

FARA AMITHA. (2021). *Citra Merek, Persepsi Harga, Ulasan Pelanggan, Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.

Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

Fera1, & Charisma Ayu Pramuditha2. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*.

Feriyansyah, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Nstitut Teknologi Dan Bisnis (ITBis) Lembah Dempo*.

Firdaus, R., & Wijayanti, R. F. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 203–210. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4505>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gorge R. Terry dan L.W. Rue. (n.d.). *Dasar -dasar Manajemen (bunga sari fatmawati(ed.)).Bumi Aksara*.
- Kifly, A.Z.,&Kamaruddin, S. A. (2024). *Konsep Kewirausahaan dan Wirausaha*. *Jurnal Inovasi Pendidikan*. 7(2),36-40.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Mia Nasrida Putri. (2025).
**PENGARUHHARGA,KUALITASPRODUK DAN PROMOSI
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN
 KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.**
- Muhammad Irvan, Burhanudin, F. S. M. (2022). *KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN ONLINE (PENGGUNA SHOPEE DI SURAKARTA*.
- Rahmadani, S. (2022). *Suci R*.
- Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>
- Rudini, A. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN MANAJEMEN PENDEKATAN KUANTITATIF*. AE Publishing

- Salman Al Farisi¹, Muhammad Iqbal Fasa², S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Macc Comp, Kota Tangerang*.
- Santoso. (2014). *Statistik Parametrik Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss*. PT. Elx Mrdia Komputer.
- Sari budiarti. (2025). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN* (miko andi).
PENERBIT INTELEKTUAL MANIFAS MEDIA.
- Siska, E. (2025). *No Title*.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiyono. (2022a). *Metode Peneletian Kuantatif ,kualitatif ,Dan R&(edisi 2 ce)*.
Cv.Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*
(Edisi 2 Ce). CV. ALFABETA.
- Suprpto. (2025). *Pengantar Manajemen (S.Nurhaliza (Ed.))*.
- Suryaningsih, I. B. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA DAN INDIKATOR PENGUKURAN*. Samudera Biru.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis ,Edisi li*.
Rajawali pers.
- Umaroh, F., & Ratnasari, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Dki Jakarta. *Management and Accounting Expose*, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i2.698>
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh

Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84.

<https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51.

<https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>

AGUSTINI, N. K. A. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA KOPERASI SERBA USAHA BANJAR BABAKAN BLAHBATUH, GIANJAR*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Arif, D., & Pramestie, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Umaha. *Ecopreneur*.12, 4(2), 172. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1013>

Candra Alfian1, B. M. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka*.

Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*.

Dimah, V. lidya. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK KUALITAS PRODUK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SEPEDA MOTOR TVS*.

Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk,

- Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.
<https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno-Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>
- Fachrurazi, D. E. (2022). *Pengantar manajemen (P.T.Cahyono (Ed))*.
- Fachry, F. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK KARAWANG DI RAMAYANA MALL, KARAWANG. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44.
- Fahmi, S. (2024). *Impact of Marketing Mix on Patient Perception and Loyalty Dampak Bauran Pemasaran terhadap Persepsi dan Loyalitas Pasien*.
- FARA AMITHA. (2021). *Citra Merek, Persepsi Harga, Ulasan Pelanggan, Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Fera1, & Charisma Ayu Pramuditha2. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*.
- Feriyansyah, A. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Nstitut Teknologi Dan*

Bisnis (ITBis) Lembah Dempo.

Firdaus, R., & Wijayanti, R. F. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Garam Lososa. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 203–210. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4505>

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 24*. Badan Pnerbit Universitas Diponegoro.

Gorge R. Terry dan L.W. Rue. (n.d.). *Dasar -dasar Manajemen (bunga sari fatmawati(ed.)).Bumi Aksara.*

Kifly, A.Z.,&Kamaruddin, S. A. (2024). *Konsep Kewirausahaan dan Wirausaha*. *Jurnal Inovasi Pendidikan*. 7(2),36-40.

Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

Mia Nasrida Putri. (2025).

*PENGARUHHARGA,KUALITASPRODUKDANPROMOSI
TERHADAPKEPUTUSANPEMBELIANDENGANKEPUASAN
KONSUMENSEBAGAIVARIABELINTERVENING.*

Muhammad Irvan, Burhanudin, F. S. M. (2022). *KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMEBLIAN ONLINE (PENGGUNA SHOPEE DI SURAKARTA.*

Rahmadani, S. (2022). *Suci R.*

Riza Andrian Septian, & Sita Deliyana Firmialy. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 425–432. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i2.759>

- Rudini, A. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS DAN MANAJEMEN PENDEKATAN KUANTITATIF*. AE Publishing
- Salman Al Farisi1, Muhammad Iqbal Fasa2, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Macc Comp, Kota Tangerang*.
- Santoso. (2014). *Statistik Parametrik Konsep Dan Aplikasi Dengan Spss*. PT. Elx Mrdia Komputer.
- Sari budiarti. (2025). *MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN* (miko andi).
PENERBIT INTELEKTUAL MANIFAS MEDIA.
- Siska, E. (2025). *No Title*.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiyono. (2022a). *Metode Peneletian Kuantatif ,kualitatif ,Dan R&(edisi 2 ce)*.
Cv.Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2 Ce). CV. ALFABETA.
- Suprpto. (2025). *Pengantar Manajemen* (S.Nurhaliza (Ed.)).
- Suryaningsih, I. B. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN PARIWISATA DAN INDIKATOR PENGUKURAN*. Samudera Biru.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis ,Edisi li*.
Rajawali pers.
- Umaroh, F., & Ratnasari, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Di Dki Jakarta. *Management and Accounting*

Expose, 5(2), 36–48. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i2.698>

Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

