

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, M. A., Astuti, M., & Sembiring, R. (2021). Peran Citra Merek Dan Harga Dalam Keputusan Pembelian Jasa Ranahcreative Di Jabodetabek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 29–40.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Amin, M. A., & Rachmawati, L. (2020). Pengaruh Label Halal, Citra Merek, Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 151–164.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
- Arifin, R., & ABS, M. K. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masker Merek Sensi Akibat Adanya Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(12).
- Assauri, S., (2015). Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, A. N. U. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Lokasi, Dan Promosi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Bakso Pak Bibit*. Tulungagung: Skripsi
- Bagja Wicaksono, A. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth, Citra Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Wonogiri H. Juara Di Jakarta Timur (Studi Kasus Pada Bakso Wonogiri Di Wilayah Duren Sawit)*. Jakarta: Skripsi.
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.

- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Efendi, M. I., Richowanto, M., Lestari, D. A., & Farida, S. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3), 207.
- Fandy Tjiptono. 2015. "Strategi Pemasaran, Edisi 4". Yogyakarta, Andi Offset.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. "Pemasaran Esesi dan Aplikasi" Yogyakarta, Andi Offset.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. E-Mabis: *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
- Hartono, N. W., & Sulistyowati, M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *KELOLA*, 8(1), 1–9.
- Hastuti, I. N. D., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Tukul Arwana Cabang Season City Jakarta Barat. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 124-133.
- Heryubani, N. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah di Kota Yogyakarta*. Univesitas Pembangunan Nasional" Veteran" Yogyakarta: Skripsi.
- Hidayat, R. R. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”(Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)*. Sumatera Utara: Skripsi.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh lokasi, citra merek dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen mie ayam solo bangsal jembar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127–143.
- Kuengo, F. A., Taan, H., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 54–65.

- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2012. *"Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1"*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *"Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian"*. Salemba empat: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *"Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1"*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *"Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2"*. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Machfiroh, I.S. 2018. Keterkaitan Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada EMAK DI Fried chicken Pelaihari. *Jurnal Humaniora Teknologi*. 4, 1 (Dec. 2018).
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 524-537.
- Maulida, D., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 263–269.
- Muhammad Munawir. 2020. *"Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sabana Fried Chiken Jati Makmur"*. Bekasi: Skripsi.
- Muhamad Syafri Alfriyadi. 2021. *"Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Alfamidi Jababeka 2)"*. Bekasi: Skripsi.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119–128.

- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Monavia Ayu Rizaty. 2021. 10 Provinsi dengan Jumlah Restoran atau Rumah Makan. <https://databoks.katadata.co.id/> (diakses 05 Mei 2021)
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2, 69. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.424>
- Putri. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)”. Yogyakarta: Skripsi.
- Pratiwi, N. K. A., & Ekawati, N. W. (2020). Brand Image Memediasi Hubungan E-Commerce dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 9(6), 2268–2287.
- Ramadhani, G., & Widodo, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Tri Pada Warga Kelurahan Pondok Karya Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 1(1), 45–50.
- Restu Cahyaning Tyas. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Story Cafe Cibitung". Bekasi: Skripsi.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156-167.
- Santosa, N. C., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Rotiboy di Mall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1-12.
- Saputra, S. (2022). Pengaruh E-Wom, Citra Merek, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Belanja Konsumen E-Commerce. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 133–140.