

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, R., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Ratna Ariyanti Indomie Kuah , Indomie Jumbo , Selera Nusantara , Mi Kriting , dan Taste of Asia . Sumber : Top Brand Kategori Mie Instan Berdasarkan Top B. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(2), 98–109.
- Fahrezi A, & Sukaesih U. (2023). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. jakarta:Rineka Cipta.
- Ariyanti, R., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie Ratna Ariyanti Indomie Kuah , Indomie Jumbo , Selera Nusantara , Mi Kriting , dan Taste of Asia . Sumber : Top Brand Kategori Mie Instan Berdasarkan Top B. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(2), 98–109.
- Budiarti, R., & Sari, T. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 1–14.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, V(1), 61–75.
- Calvary, T., & Syahrinullah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek “NIKE” dikota Jepara. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 151–160.
- Chrisjunian, C., Gultom, R., & Lubis, T. W. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Indomie pada Konsumen Maximart Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 33–43. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.948>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Dea Lewiska, H., Salfadri, S., & Yulistia, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Konter K-Onesmartphone Air Haji Kabupaten Pesisir Selatan. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.31933/emjm.v1i1.771>

- 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>
- Fithoni, A., & Fitiriyani, D. (2022). Pengaruh Citra Merk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Counter Zombri Cell Muara Bulian. *Citra Ekonomi*, 3(1), 77–89.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, D. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Bakso Boedjangan Rawamangun). *Repositori Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1(2), 7.
- Hair et al. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th edition. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, E. G. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *pemasaran kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Khair, H., Maulidah, S. A., & Pasaribu, F. (2023). Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Emosi Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Wanita Pengguna Platform TikTok *Journal of Student Development* ..., 3.
- Kiswanto, J. D., Husepurny, H., Nanulaita, D. T., Melmambessy, S., Administrasi, J., Politeknik, N., & Ambon, N. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2).
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler dan Armstrong. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 J). Erlangga.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1, 128–136.
- Mulyana, M. (2019). Peran Pemasaran Dalam Masyarakat dan Perusahaan. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.

- Murni, M. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 12(2). <https://doi.org/10.37598/jimma.v12i2.1601>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Natalia, F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Pasta Gigi Close Up di Kota Ambon). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 8002–8010.
- Reinaldi Wiranata, & Luh Komang Candra Dewi. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Tabanan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal Research of Management*, 3(3), 113–122. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i3.90>
- Rizky Pratama Ramadhani. (2023). *Pengertian Potografi*. 1(3).
- Sakinah, S., & Aslami, N. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Produk Fulnadi dalam Upaya Meningkatkan Penjualan pada Asuransi Takaful Keluarga Palembang. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perusahaan retail merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen . Industri retail semakin berubah seiring dengan pertum*. 8(11), 6721–6740.
- Shafira, D. T., Nasution, H. P., & Haro, J. (2021). Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering*, 525–532.
- Shanjaya, I. A., Munarsih, M., & Harsono, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kemeja Pria Merek Buon Giorno. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(1), 382. <https://doi.org/10.33603/publika.v11i1.8609>
- Simanihuruk, P., Munthe, K., & Manihuruk, Y. L. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza dalam Kondisi Pandemi Covit 19 di Kecamatan Medan Tuntungan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22(September), 240–265. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i2.2135>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta Bandung.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Tanugraha,Alexander Widagdo, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Z di Palembang. *Jurnal Publikasi Mahasiswa Manajemen Universitas Multi Data Palembang*, 11(11), 1957.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offse.
- Uswatun, F., & Dema, R. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Blush On Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 213–234.
- Wardhana, A. (2022). *Brand image dan Brand Awareness*. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.