

DAFTAR REFERENSI

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing.
- Adnan. (2021). *Manajemen Pemasaran: Dari Legacy Marketing ke New Wave Marketing*. Sefa Bumi Persada.
- Asman, A., & Komala, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Assauri, S. (2022). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Rajawali Pers.
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 33–43. https://repository.ump.ac.id/15418/7/Rakha_Ammardany_Pratama_Daftar_Pustaka.pdf
- Bali, R. (2022). Hubungan Harga, Permintaan, dan Loyalitas Pelanggan. *International Journal of Business and Management*.
- Cahyono, A., Margaretha, S., & Winarto, H. (2023). Analisis Faktor Harga, Promosi dan Kepercayaan terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson UK.
- Crossen, J., & Hira, A. (2022). Consumer Behavior in Live Shopping Environment. *Journal of Digital Commerce*.
- Fadhilla, N. (2022). Kualitas Produk dan Keandalan Fitur. *Jurnal Pemasaran Modern*.
- Fitri, S., & Bachri, S. (2018). Peran Pengambil Keputusan dalam Pembelian Produk. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Fitri, S., & others. (2022). Analisis Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2019). *How to Design and Evaluate Research in Education* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2022). Analisis Faktor Budaya, Sosial, dan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Halimah, N., & Yanti, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 12–21.
- Handayani, S., & Rahayu, P. (2021). Kemampuan Produk dalam Menjalankan Fungsinya. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*.
- Harjadi, D., & Ar Raniri, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk dalam Perspektif Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(2).
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. M. (2020). *Value-Based Pricing: Create and Capture Value*. Routledge.
- Hutagalung, S., & Waluyo, A. (2020). Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irnawati, J., & Febrianto, D. (2022). Manajemen Pemasaran: Definisi Harga dan Kompensasi Finansial. *Jurnal Ekonomi Dan Pemasaran*.
- Ishma, N. (2023). Decision Making Process in Modern Marketing. *International Journal of Marketing Studies*.
- Ismanto, J., & Ashari. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Adab Indonesia.
- Ismanto, & Pebruary. (2021). *Uji F (Uji Simultan) dalam Analisis Regresi*. <https://id.scribd.com/document/832512322/Pengertian-Cem-Fem-Rem>
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2022). Branding in B2B firms. In *Handbook of business-to-business marketing* (pp. 205–224). Edward Elgar Publishing.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson Education.
- Kumara, I., & Marlia, D. (2021). Atribut Penting dalam Pemasaran dan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi Kreatif*.
- Kurniadi, R., & Wibisono, A. (2024). Dampak Kualitas Produk Serta Influencer Marketing Dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(1), 201–206. <https://doi.org/10.53625/juremi.v4i1.8098>
- Lionarto, A., & others. (2022). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi*,

Tata Kelola, dan Implementasi. Salemba Empat.

- Marantika, A., & Sarsono, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Mardia, et al. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(9), ____--____. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6085>
- Maria, S., & Anshori, M. (2023). Elemen Kepuasan Pelanggan: Kualitas Produk. *Jurnal Riset Ekonomi*.
- Mariansya, & Syarif. (2020). *Definisi Convenience Sampling dalam Metodologi Penelitian*.
- Martini, N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal AKTIVA: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Melati, I. S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Meutia, & Widjarnarko. (2021). Citra Merek: Kesan yang Terbentuk Berdasarkan Keyakinan, Pemikiran, dan Nilai terhadap Produk/Jasa. *Jurnal Branding Dan Perilaku Konsumen*, 5(1), 15–25. <https://example.com/meutia-widjarnarko-2021-citra-merek>
- Moko, D. (2021). *Manajemen Mutu Produk dan Jasa*. Refika Aditama.
- Mulia. (2020). Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada CV Cemilan Kunik Garut. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 4–5.
- Murti, T. (2022). Analisis Strategi Pembentukan Brand Image pada Institusi Pendidikan. *Jurnal Manajemen Atau Skripsi/Tesis Terkait*. <https://journal.stitpemalang.ac.id>
- Napitu, R., & Munthe, K. (2022). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Kualitas Produk. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Nurliyanti, et al. (2022). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics*, 7(2), 45–56.
- Ollo, A., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda CV. Lion Cabang Bacan. *Productivity*, 2(6), 459–464. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/productivity/article/view/36194>
- Pratama, R. A., & Sugiyono, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan

- Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Prayuda. (2023). Citra Merek: Persepsi Individu Terhadap Objek Tertentu Berdasarkan Pikiran dan Perasaan Konsumen. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 12(3), 78–88. <https://example.com/prayuda-2023-citra-merek>
- Priyatno. (2022). *Penjelasan Koefisien Determinasi (R^2) dalam Analisis Regresi*. <https://id.scribd.com/document/832512322/Pengertian-Cem-Fem-Rem>
- Purnomo. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Aplikasinya*. Penerbit Akademik.
- Putri, A. S., & Saputra, M. R. (2022). Analisis Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Qabiluddin, & Bachri, S. (2018). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*.
- Rahman, F., Ainun, M. B., Liyanto, & Minullah. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, ____ (____), ____--____. <https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/8577>
- Rahmwati, E., Badlowi, I., & Dwihandako, T. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Rimba Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 45–54. <https://doi.org/10.61132/jurnalrimba.v1i3.114>
- Ramadhani, A. (2023). Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Ramli. (2020). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pemasaran*, ____ (____), ____--____. ____
- Safitri, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Universitas Medan Area.
- Sari, D. P., & Budi, S. (2019). Faktor-Faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(2).
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Sepfiani, S., & Harahap, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga

terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

- Sitompul, S. S., Chrispin, G., & Hamzah, M. L. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 27–37. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.18>
- Sitorus, S. A., Wardhana, A., Romli, N. A., & et al. (2022). Brand Image dan Brand Awareness. In A. Sudirman (Ed.), *Brand Marketing: The Art of Branding* (pp. 105–119). Media Sains Indonesia.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2022). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Penelitian Lengkap: Praktis dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Sukamulja, S. (2019). Good Corporate Governance Di Sektor Keuangan: Dampak GCG terhadap Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VII*, 1–25.
- Sunyoto, D., & Mulyono. (2024). *Manajemen Pemasaran*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla pada Masa Pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.416>
- Susetyo, & Setiagraha. (2021). Brand Image: Keyakinan Konsumen Terhadap Kualitas Brand Sebagai Acuan dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 120–130. <https://example.com/susetyo-setiagraha-2021-brand-image>
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. <https://unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/7654>
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi Terbaru). Andi Offset.

- Tondang, & Silalahi. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Penjualan dan Citra Perusahaan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 8(4), 45–53.
<https://example.com/tondang-silalahi-2022-citra-merek>
- Wijaya, B. (2018). *Manajemen Kualitas Barang dan Jasa*. Indeks.
- Yuarti, E. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*.
- Yulistria, R., & Aulia, S. (2023). Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Terbaik. *Jurnal Manajemen Industri*.