

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Citra Merek pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317–335. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.254>
- Agustini, N. P. E., & Suasana, I. G. A. K. G. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Gerai Starbucks di Bali. *Buletin Studi Ekonomi*, 25(1), 52–79. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/download/55427/33837/>
- Anova, A. N. R. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Berbelanja di Tulip Swalayan Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 32–38. <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/7/7>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Fadjarajani, S., Rosali, E. S., Patimah, S., Liriwati, F. Y., Nasrullah, Sriekaningsih, A., Daengs, A., & Pinem, R. J. (2020). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner* (A. Rahmat (ed.)). Ideas Publishing.
- Febriana, L. (2016). The Influence of Word of Mouth Communication towards Brand Image of Iphone on Student of Political Science and Social Science Faculty University of Riau. *Jom Fisip*, 3(2), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/200643-none.pdf>
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297–308. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/245>
- Gunarsih, C. M. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Habibah, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 31–48. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEB17/article/download/635/577>
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882–897. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Hasibuan, A. K. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Terhadap Volume Penjualan pada UD. Umega Roti Kacang Hj. Eliya Lubis Tebing Tinggi* [Universitas Medan Area]. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/9263>

- Ikhsani, K., & Ali, H. (2017). Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang). *Jurnal SWOT*, 7(3), 523–541. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22441/swot.v7i3.5586>
- Jamaluddin, J. (2020). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk Kuota IM3 Ooredoo di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 69–80. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2474>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*.
- Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Rajawali Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. T. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Krisnawati, N. W., & Warmika, I. G. K. (2020). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh e-Wom terhadap Niat Konsumen menggunakan Ovo Mobile Payment. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 79–98. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i01.p05>
- Krisnawati, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan SPBU No. 64.751.15 Samarinda. *E Journal Administrasi Bisnis*, 4(1), 222–236. [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal_Silvia_Nila_Krisnawati_\(03-08-16-04-00-04\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/03/Jurnal_Silvia_Nila_Krisnawati_(03-08-16-04-00-04).pdf)
- Lubis, M. I. (2017). *Persepsi Konsumen terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung* [Universitas Lampung]. <https://digilib.unila.ac.id/28116/>
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi.
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pada Angkringan Kota Kediri. *Jurnal Benefit*, 3(1), 31–45. <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/89/83>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer Behaviour*. PT. Indeks Gramedia.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*. Kencana.
- Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Umboh, J. F., Pangemanan, P. A., & Manginsela, E. P. (2022). Persepsi Konsumen pada Oleh-oleh Khas Manado di Toko Miens Sourvenir. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 18(1), 135–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.35791/agrsosek.18.1.2022.38992>

- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>
- Wulandari, L. (2021). *Penengaruh Bauran Pemasaran (Mix Marketing) terhadap Keputusan Pembelian Roti Kacang Hj. Ellya di Kota Tebing Tinggi* [Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara]. [http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16939/skripsi LULU NEW.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16939/skripsi%20LULU%20NEW.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yohana, N. K. R., & Rohman, F. (2022). Persepsi Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Sapi Perah di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(1), 1–19. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/210/173>
- Yurita, A. (2016). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di Dealer Prima Motor Pasir Pengaraian* [Universitas Pasir Pengaraian]. <http://repository.upp.ac.id/694/>
- Zainab, S. (2018). *The Influence of Price, Promotion, and Location Toward Customer Decision to Stay at Bossotel Chiangmai Thailand* [Rajamangala University of Technology Thanyaburi]. [http://eprints.ubhara.ac.id/57/1/Thesis Siti The Influence of Price%2C Promotion%2C And.pdf](http://eprints.ubhara.ac.id/57/1/Thesis%20Siti%20The%20Influence%20of%20Price%20Promotion%20And.pdf)