

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Chaniago. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Edukasi Riset Digital.
- Darmawan & Hidayah. (2021). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Rena. *Jurnal Bisnis Dan Sosial*, 05(02), 17–32.
- Fatimah Putri Anggraini, & Christina Menuk Srihandayani. (2020). Pengaruh Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipa Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.2943>
- Feti Fatimah, Yova Ferdiansa, R., & Gunawan, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman JNE Cabang Tegal Besar. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 1(2), 73–84. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v1i2.14>
- Gesi. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 51–66.
- Ghofur Ainun Najib, A., & Noor Adriana, A. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Syntax Fusion*, 2(01), 171–180. <https://doi.org/10.54543/fusion.v2i01.145>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan penerbit - Undip.
- Hamdat. (2021). *buku Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Gcaindo (ed.); Issue September 2020).
- Juanim, JuanimDjulius, H., Xiao, L., Komar PRIATNA, D., & Munawaroh, S. (2021). Market Structure, Conduct, and Performance of the Creative Industry in Indonesia*. *Journal of Asian Finance*, 8(12), 337–0343. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no12.0337>
- Juanim, J., & Ratnamiasih, I. (2018). Building the image of city through organizational support and community commitment. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 1–3. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.10.10942>

- Karla, E., & Stevianus. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *UG Journal*, 16(03), 10–15.
- Kotler. (2018). *Principles of Marketing (Global Edition) 17th Edition* (17E ed.).
- Maligan, J. M., & Althea, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 17(1), 34–45. <http://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/article/view/26%0Ahttps://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/article/download/26/23>
- Manggarani, C. A., Badrudin, R., & Patiro, S. P. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Nurfitri, A. R. (2022). *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS: PEMBELIAN PAKAIAN PADA PUSAT KONVEKSI DI KAMPUNG BULAK TIMUR, CIPAYUNG, DEPOK*. 16, 26–33.
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh brand awareness , brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *JEBM: Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420.
- Purnomo. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Seblak Duar Bangkalan*. 2(3), 332–341.
- Purwadisastra, D. (2021). Strategi Ritel Konvensional Modern dalam Menghadapi Persaingan pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 187–192.
- Riska, C. F., Nabilah, I., Lindasari, J., & Kholipah, P. D. (2022). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. August, 18. <https://www.researchgate.net/publication/362780872>
- Rohmanuddin. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS PADA BISNIS RITEL PAKAIAN “STING” CABANG KEDOYA GREEN GARDEN)*. *Jurnal Bina Manajemen*, 6(August), 128.
- Rohwiyati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada

- Masyarakat Solo Raya Tahun 2022). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Mutiara Madani*, 9(Desember), 158–169.
- Rukmayanti, R., & Fitriana, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>
- Sabar, N., Nirwana, T., & Riduan, T. (2021). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli. In *Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli* (Vol. 2).
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v43i2.644>
- Sarwono, A. E. (2022). *Determinan mahasiswa akuntansi dalam memilih profesi sebagai akuntan dan analisis perbedaan pemilihan minat profesi akuntan ditinjau dari akreditasi program studi*. 8(3), 734–742.
- Savira, S. A., Julianto, D. E., & Sisbintari, I. (2022). Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Roti Maulana Genteng Banyuwangi. *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 10(1), 37. <https://doi.org/10.19184/jsb.v10i1.29744>
- Sembiring, E. F., & Sunargo, S. (2022). Pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah KPR subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar Batam. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(1), 117–126. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i1.16769>
- Setiawan, Z. (2023). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN* (Issue June). https://www.google.co.id/books/edition/BUKU_AJAR_MANAJEMEN_PEMASARAN/v2TOEAAAQBAJ?hl=jv&gbpv=1&dq=buku+ajar+manajemen+pemasaran&pg=PR2&printsec=frontcover
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta CV.
- Sumarsid. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 135–144. <https://media.neliti.com/media/publications/75449-ID-pengaruh-kualitas-produk-dan-brand-image.pdf>

- Suryana, P., & Dasuki, E. S. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang. *Trikonomika*, 12(2), 190. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>
- Suryana, P., & Haryadi, M. R. (2019). Stores Atmosphere and Promotion on Customer Satisfaction and Its Impact on Consumer Loyalty. *Trikonomika*, 18(1), 30–34. www.zomato.com
- Suryana, P., & Nurhudawan, D. (2016). PELANGGAN PADA KARTU PRABAYAR TELKOMSEL (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan) Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen (JRBM)*, 9(1), 1–5.
- Suteja, J., & Lutpianti, D. (2016). Managerial ownership, debt policy, and dividend policy: A test on theory of agency. *International Journal of Economic Research*, 13(1), 243–259. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14032.94724>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG BUMBU MAMASUKA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Witama, A. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. 2017*, 49–55.
- Yosevina Purba, P., Katharina, N., Govindo, R., & Gunawan, R. (2021). Pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 785–798. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.13077>
- Zainuerossalamia. (2021). *Manajemen Pemasaran*.