

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. Ihsan Said, Mustari, dan Muhammad Hasan. (2020). Pengantar Manajemen. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Alvina Rahma Anggraeni dan Euis Soliha. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)." *Al tijarah* Vol.6, No.3 Hal. 96-107. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anang Firmansyah, (2019), Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*). Cetakan Pertama. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media
- Dewi Fadila (2021), *The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University)*. *International Journal of Social Sciences*. Vol. 4, No.1 <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1657>
- Dinka Wardah Robi'ah, Medi Nopiana. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. YUME: Journal of Management, Vol. 5, No. 1 <https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1545>
- Ellisyah Mindari. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika (JEk)*, Vol. 13, No. 01 <https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>
- Eva Yulyanti Purba, Verry Cyasmoro. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Subway Margonda. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, Vol.1, No.4 <https://doi.org/10.55904/cocreation.v1i4.830>
- Fandy Tjiptono, Anastasia Diana (2020) *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

- Fera dan Charisma Ayu Pramuditha (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen. Vol. 3 No. 1
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70.
- Hashim Alatas, Subur Karyatun, Kumba Digidowiseiso (2023). *The Influence of Product Quality, Price Perception, and Promotion on The Purchase Decision of Aqua Brand Drinking Water in The Jakarta Area Final Project*. *Jurnal Syntax Admiration*, Vol. 4, No. 4 <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i4.833>
- Hengky dan Marke Wijaya (2020). *The Influence Of Sales Promotion, Product Quality And Costumer Satisfaction On Costumer Loyalty At PT. Salim Jaya Medan (A Case Study Of Frozen Food Distribution)*. *BIRCI Journal (Budapest International research and critic institute Journal)* Vol.3, No 4 <https://doi.org/10.33258/birci.v3i4.1307>
- Humam, Rahayu Lestari, & Andini Nurwulandari. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Qonita Property Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.4, No.4 <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4iSpesial%20Issue%204.1304>
- I Gede Putu Kenny Alvian. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol.5, No.4 <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1783>
- I Putu Artaya, Qausya Faviandhi (2021). *The Impact of Promotion and Price on Purchase Decision Consumers at Marketplace Shopee*. *International Journal of Integrated Education, Engineering Business (IJIEEB)*. Vol. 4, No. 2

- Ika Putri Sholichah, Sutopo dan Nurul Iman (2022). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Persebaya Store Komplek. *Journal Febubhara* Vol. 2 No. 2 <https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i2.255>
- Ismail Yogi Indra Pranata, Zakaria Wahab, Marlina Widiyanti, Aslamia Rosa (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Indonesia. *The Manager Review*, Vol.4, No.1, Hal. 1–8 <https://doi.org/10.33369/tmr.v4i1.20328>
- James A.F. Stoner (2022). Analisis manajemen sumber daya manusia dalam praktik peningkatan mutu. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(3), 78-84.
- Kotler, P., Keller, K. L., dan Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth* (16th ed.). *United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler. P dan Amstrong. G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi 12*. Erlangga, PT. Gelora Aksara Pratama.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lestari, R. (2021). Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. *In Bisnis Indonesia daily*. (p. 1).
- M. Anwar, (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Magdalena, Hendy Tannady, Siti Nurjanah (2022). *Influence of Product Quality and Brand Image on Purchase Decision of Chevrolet Automobile Product*.

EAJMR (*East Asian Journal of Multidisciplinary Research*) Vol. 1, No. 10
<https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i10.1876>

Malayu S. P. Hasibuan (2019). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta : Bumi Aksara.

Mia Agustina dan Verry acyasmoro. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Titik Rindu Coffee & Venue. *Human Capital Development*. Vol. 9 No. 1

Mochamad Irfan, Mila Hariani (2022). *The Influence of Product Quality, Promotion and Price on Helmet Purchase Decision*. *Journal of Marketing and Business Research*. Vol. 2, No.2 <https://doi.org/10.56348/mark.v2i2.57>

Nabilla Ariviani (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Brio Pada Dealer Honda Mugen Puri. *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA)*, Vol. 1, No. 2

Novita Sukmawati dan Sri Rejeki Ekasasi. "Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy." *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol.1, No.1
<http://dx.doi.org/10.35917/cb.v1i1.125>

Nur Ajjiah, Dwi Harini, Slamet Bambang Riono (2023). Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*. Vol. 1, No. 2

Pratama, R. (2021). *Pengantar Manajemen*. Deepublish Publisher.

Putri Arista Widiasmoro dan Sri Suryoko (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Sienta Di Pt. Nasmoco Gombel Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 9, No. 4
<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28713>

- Rosadiro Cahyono dan Varid Martah (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA. Vol. 3, No.1 <https://doi.org/10.51804/iej.v3i1.931>
- Rusmiyanto. (2020). Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Academia: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol.2, No.2 <https://doi.org/10.54622/academia.v2i2.43>
- Sabda Dian Nurani Siahaan, Aurora Elise Putriku. (2021). "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Vol.2, No.2 Hal. 31-35. <https://doi.org/10.47065/jbe.v2i2.730>
- Sofjan, Assauri. (2019). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Stefani dan Adil Fadillah (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (studi kasus pada konsumen di kota bogor). Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.9, No.3 <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.799>
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta
- Sunyoto, D. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Terry, George R dan Leslie W Rue. (2019). Dasar-dasar Manajemen. Buku Bumi Aksara. Jakarta
- Timotius F.C.W. Sutrisno, Gladys Greselda Gosal, dan Serin Fransisca Hernandes. (2020). *The role of product quality and price perception in affecting purchase*

decision (study on milkmo product). Jurnal ekonomi dan bisnis Vol.18 no.3

<https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.398>