

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, A. K., Fakultas, D., & Universitas, P. (2020). *Universitas Alkhairaat Palu Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat*. 08(02), 44–49.
- Adyas, D., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr150R Di Cibinong. *Economicus*, 13(1), 80–90.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Arief, B.A.N. 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Efek Gitar Merek Behringer di Tiga Negeri Jalan Soka Bandung. Universitas Telkom.
- Ariella, I. R.. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 3, Nomor 2 (hlm.215-221).
- Djaslim Saladin. 2001, “Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian”. Bandung: Lindakarya.
- Fatmawati, Nurul Dan Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. Tahun 10. No. 1, April 2017.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Edisi Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fure, F., Lapijan, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j.co Manado. *Jurna*

*EMBA*, 3 (1), 367-377.

- Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.
- Ita Evi, W., Suparmono, S., & MUhammad Manar, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 115-125.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Nomi Wahyu, dan Murni Sulistyowati. 2021. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *KELOLA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1, p.1-9.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38.
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Kapti. (2017). Evaluasi implementasi elearning edmodo di stmik bina patria. *Jurnal Transformasi*, 13(2), 62–68.
- Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan: Bob Sabran. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millennium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary. Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 7th European Edition (Vol. 51)*. Pearson Education Limited.

- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 524-537.
- Muliajaya, I Made, dkk. 2019. "Pengaruh Viral Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 11, Nomor 2 (hlm.628-635).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2000). *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Prilano, Kelvin, Andriasan Sudarso, dan Fajrillah. 2020. "Pengaruh Harga Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada." *Jbe* 1(1):1– 10.
- Purnama, Nursyabani. 2006. *Manajemen Kualitas. Edisi Pertama*. Cetakan Pertama: Ekonisia. Yogyakarta: Perspektif Global.
- Purwati, dan Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Politeknik Negeri Sriwijaya. 2(3).
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026-1037.
- Roni, M., Husnan, L. H., & Fitriah, N. (2015). Determinan Kualitas Laporan Keuangan Satuan Kerja di Wilayah Pembayaran Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Mataram. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 3(2), 175–187.
- Safitri, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Toko Mahkota Ayu Kosmetik (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Skincare Garnier Di Banjarmasin Utara) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Salam, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Brand Image, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mesin Parut Di Cv Seneng Bareng Sejahtera. *Jurnal Manajerial*, 6(01), 82-91.
- Saladin. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda karja.
- Santoso, S. (2013). *Statistika ekonomi plus aplikasi SPSS*.
- Selvia, M. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan

pembelian produk kosmetik scarlett whitening pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 320-330.

Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI. *Jurnal Informatika*, 4(1), 146–154.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Syarif, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lulur Madu Ibu Soraya. *Manajemen Bisnis*, 6(1), 92–102.

Tandjung, J. W. 2004. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Bayumedia. Malang.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono. 2020. *Metodologi penelitian*. Yogyakarta. Andi offset.

Utama, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian  
Keywords : Product Quality ; Purchase Decision . *Universitas Bina Insan Lubuklinggau*, 311–317.

Utarsih, H., Rezana, I., & Anjani, I. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(2), 115–129.

Utami, V.A.M., S. Suhermin. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mahasiswa Stiesia*.