

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyadi, I. G. N. W., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelia pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua di Badung Bali. *Values*, 1(4), 152–159.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Fitriani, M., Andrian, & Sumantyo, F. D. S. (2023). Dampak Brand Image, Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2531–2544. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.832>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Khairunnisa, G., & Suwena, K. R. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo di Sarijaya Cellular. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 19–26. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.62155>
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi 7). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016c). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Machfoedz, M. (2005). *Kewirausahaan : Metode, Manajemen, dan Implementasi*. BPFE.
- Marcelina, P. S., Teyseran, Y. J., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 252–262. <https://doi.org/10.55606/jimek.v3i2.1805>
- Maulidah, R., Mardani, R. M., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA di Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 744–754.
- Muliajaya, I. M., Sujana, I. N., & Indrayani, L. (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*, 11(2), 628–636.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Ghalia Indonesia.
- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & Hermansyah, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua (Studi Pada Pelanggan Sinar Mart Jalan R Soeprapto Batam). *Jurnal AL-MAL*, 1(1), 33–38.
- Pramesti, D. Z., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple. *Ekuitas : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 65–71.

<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.61833>

Priyono, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.

Santi, N. W. A., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Ud. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 116–127. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20090>

Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Perilaku Konsumen*. Indeks.

Suarjana, I. K., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7(4), 1920–1949. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i04.p08>

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sukarnaya, I. K., Tripalupi, L. E., & Sujana, I. N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Legend Store Di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 186–196. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20119>

Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia.

Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.

Taridayanti, N. L. G., Nuridja, I. M., & Suwena, K. R. (2014). Pengaruh Store Environment dan Store Layout Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Pada Migros di Kecamatan Baturiti Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1). <https://doi.org/10.23887/jjpe.v4i1.4442>

Tjiptono, F. (2007). *Manajemen Penjualan Produk*. Kanisius.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi.

Wibawa, K. A. A. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 4(2), 121–127. <https://doi.org/10.23887/bjm.v4i2.22004>

