

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A. (2022). Pengaruh tingkat ketertarikan merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian Magic Com merek Miyako pada masyarakat Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Armstrong, M. (2019). Strategic human resource management: A guide to action (5th ed.). Kogan Page.
- Bakti, U., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh harga, personal selling, kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian motor pada dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaIndonesia.v1i1>
- Djauharuddin, A., Machmud, M., Muslimin, U., & Aryuni, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Parepare. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(4), 641–651. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1235>
- Ferdinand, F., Saputra, M. H., Tan, F., Favian, L., & Tio, M. (2024). Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Mixue di The Hok. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 323–335. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1589>
- Fitria, U., & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pemilihan kos di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 11–20. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.82465>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Herawati, N. T., Dewi, L. G. K., & Meitriana, M. A. (2024). Literasi keuangan dan resiliensi keuangan mahasiswa: Ditinjau dari perspektif gender. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(1), 43–56. <https://doi.org/10.22225/kr.16.1.2024.43-56>
- Irwansyah, M. R. (2019). Matematika ekonomi. Istiqlal Publishing Group.
- Ismiatun, D., Budiarmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Hangiri Banyumanik Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4),

764–773. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.36112>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi ketiga belas, Jilid 1 dan 2; B. Molan, Penerjemah). PT Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Kutrami, N. P. A., & Khuzaini, K. (2024). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare Azarine. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(8).

Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh brand image, harga, brand trust dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian lipstick Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 13(1), 233–241. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>

Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2004). *Consumer behavior: Concepts and applications* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Maharani, I. A. M. N., & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain tenun Prana Sutra di Desa Kalianget. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 21–28. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.82543>

Malihatun, S. (2021). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk rice cooker Miyako (Studi kasus di Carrefour Taman Mini) [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].

Manoy, T. I., Mananeke, L., & Rotinsulu, J. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.3623>

Marlius, D., & Noveliza, K. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse pada Toko Babe Shop Padang. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i1.1251>

Maslichah. (2013). *Komunikasi pemasaran modern*. Cetakan pertama. Jakarta.

Mulijaya, I. (2019). Pengaruh viral marketing dan harga terhadap keputusan pembelian melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Program Studi

Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha [Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha].

- Neraca.co.id. (2024). Industri ILMATE jadi unggulan sektor manufaktur dan ekonomi nasional. <https://www.neraca.co.id/article/194709/industri-ilmate-jadi-unggulan-sektor-manufaktur-dan-ekonomi-nasional>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). Metodologi penelitian sosial. Media Sahabat Cendekia.
- Oktavia, T. (2022). Minat konsumen terhadap produk dalam negeri melalui sikap etnosentrisme (Produk elektronik Miyako). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 21(3), 212–223. <https://doi.org/10.14710/jspi.v21i3.212-223>
- Punarbawa, M. A. V., & Suwena, K. R. (2021). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX pada masyarakat di Kecamatan Negara. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 109–116. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v3i2.31320>
- Purnamasari, Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk M2 Fashion online di Singaraja tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Romdhoni, A. H., & Cahyani, D. I. (2019). Pengaruh harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian perumahan di PT. Gemilang Jaya Abadi. *Jurnal Education and Economics (JEE)*, 2(4), 403–408.
- Rusydi, S. A. (2023). Pengaruh brand image, country of origin, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk smartphone Xiaomi di Cileduk, Bogor [Doctoral dissertation, Universitas Nasional].
- Saputri, S. F., Sukoco, H., Farisi, H., Yuliana, A., & Andini, M. (2024). Pengaruh promosi media sosial, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus Toko Kue Keikeu). *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 6424–6434.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Cat De’Lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.31539/cidea.v2i1.6385>

- 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.
- Soesilo, T. D. (2016). Statistik deskriptif dalam penelitian pendidikan. Griya Media.
- Suarjana, I. K., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kecamatan Tampaksiring–Gianyar. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6(1), 42–51. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/download/38235/18970/>
- Sudarsono, H. (2020). Buku ajar: Manajemen pemasaran. Pustaka Abadi.
- Sugiarto, F. (2019). Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian Magic Com Yongma YMC 114 di Surabaya. In *Seminar Nasional Ilmu Terapan* (Vol. 3, No. 1, p. E13).
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (ed. revisi). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). 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.v11i1.20165>
- Suvena, K. R., Artana, M., & Suantara, I. G. P. E. (2014). Pengaruh selera dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1), 5236.
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). Pemasaran jasa: Prinsip dan penerapan. Erlangga.
- Tjiptono, F. (2017). Pemasaran strategi (4th ed.). Andi.