

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Sinar Bahagia Motor*. 12–40.
- Afgarisa, D. Y. B. (2018). *No Title*. 9–39.
- Aida, eka febriani nur. (2004). *Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Tiga Bintang Di Kecamatan Lumajang*. 11–34.
- Alqiromi, M. I. (2015). *No Title*. 11–34.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anisa, N. (2018). *No Title*. 9–34.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth*. CV. Jakad Media Publishing.
- Cahyono, E. (2018). *Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. V(1), 61–75.
- Dio, M., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2019). *Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Ninja 250CC (Studi Kasus Dealer PT . SURAPITA UNITRANS Lumajang)*. 55–57.
- Firmala, A. (2020). *No Title*. 9–32.
- Firmansyah, F. (2018a). *atau penjelasannya, penelitian ini terrogolong sebagai penelitian hubungan kasual. Menurut Sugiyono (2018:62) yang dimaksud hubungan kasual adalah hubungan*. 37–57.
- Firmansyah, F. (2018b). *barang dan jasa yang bisa memenuhi keinginan pembeli maupun calon pembeli. Menurut Shinta (2011:2) Pemasaran merupakan bentuk kegiatan manajerial*. 11–36.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory*. Yoga pratama.
- Gunarto, M. (2019). *Manajemen Pemasaran. Manajemen Pemasaran*, 1–37.
- Hanifan, al ardhha. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa*

Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang Program Studi Manajemen. 12–58.

- Harjadi, D. (2021). *Experiental Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial.* Insania.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Pandiva Buku.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.
<https://elearning2.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3043>
- Marunduri, F. F., Ato, M., & Jariah, A. (2019). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Kabupaten Lumajang.* 29–33.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran.* Deepublish.
- Musfar, T. F. (2020). *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran.* Media Sains Indonesia.
- Nursaimatussaddiyah, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi.* Inovasi Pratama Internasional.
- Pangestika, N., Ato'illah, M., & Jariah, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu.* 1–9.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *METODE PENELITIAN KUALITATIF.* AZYAN MITRA MEDIA.
- Paramita, R. wijayanti daniar, Rizal, N., & Sulistyan, R. bahtiar. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, buku ajar perkuliahan metodologi penelitian bagi mahasiswa akuntansi & manajemen.* Widya gama press.
- Rahmawati, A. febrianti dewi. (2017). *No Title.* 2009, 11–43.
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>
- Reza Mega Taufiqurrohman dan Ming Ming Lukiarti. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Realme Di Kecamatan Rembang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 32–40.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif.*

Deepublish.

- Riyono, & Erik, G. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Eman, S., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Image*. Scopindo Media Pustaka.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala-Repository IMWI*, 3(1), 1–10.
- Studies, B. (2019). *Pengaruh brand image , brand trust , dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating*. 04(1), 41–53.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Tri, U. dewi wahyu. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang*. 1–39.
- Wahyu, D., Utami, T., Darmawan, K., & Robustin, T. P. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Kawan Stationery Di Kabupaten Lumajang*. 128–134.
- Wibowo, A. T. (2017). *(behavioral beliefs)* . 11–37.
- Wibowo, V. (2016). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang)*. 11–42.
- Zamroni, M. (2017). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211. *knologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan. Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211.