

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap, H. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1st ed.), Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amaliia. (2022). *Penerapan E-Learning Berbasis Blog Pada Pembelajaran Tematik*, Semarang: Cahya Ghani Recovery.
- Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Arijanto, A. (2014). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas dalam Memahami Konsep dan Faktor-Faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis* (3rd ed.), Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.), Jakarta: Rajawali Pers.
- Bangsawan, S. (2015). *Pemasaran Ushaa Kecil: Kasus Industri Pengolahan Makanan dan Ritel* (1st ed.), Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI.
- Effendi, N. I., Harahap, D. F., Nelvia, R., & Marthika, L. D. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm di Kabupaten Bungo*. 1(3), 469–480.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theori Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, Semarang: YOGA PRATAMA.
- Gunarsih, C. M., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. 2(1), 69–72.
- 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) The Influence of Brand Image , Product Quality and Price on Purchase Decision of Vaseline Hand and Body Lotion Products (Case Study at Samudra University Students)*. 11(28), 83–94.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.), Surabaya: Unitomo Press.
- Keller, K. (2016). *Marketing Management*, Jakarta: Person.
- Kusuma, D. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, dan Asosiatif)*, Jombang: LPPM Universitas KHLA Wahab Hasbunallah.
- Lupiyoadi. (2015). *Praktikum Metode Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisioal Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.), Bandung: Alfabeta.
- Marpaung, D., Bakti, S., & Saragih, L. (2022). *The Influence Of Brand Image , Price , And Product Quality On Purchase Decisions (Empirical Study on Students of SMK Muhammadiyah 5 Kisaran)*. 06(01), 35–39.

- Matondang, A. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*, Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Nandan, H. & T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Plikasi dalam Bisnis di Indonesia)* (2nd ed.), Jakarta: Mitra Wacana Media.
- P. Salman, J. R. (2021). *Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. 18(01), 41–53.
- Pamasang, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *Pengaruh Labelisasi Halal , Kualitas Produk , Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran)*. 3(2), 660–669.
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor The influence of price of product quality and brand image of brand image on motor purchasing decision*. 14(1), 16–23.
- Pratiwi, A. (2019). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret*. 2(2), 150–159.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persiapan Bisnis Kontemporer* (1st ed.), Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratela et al, G. D. (2016). Analisis strategi diferensiasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di rumah kopi coffee island. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 460–471.
- Rizqullah Ariella, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3.
- Simanihuruk, P. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital)* (Efitra (ed.); 1st ed.), Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sudana, I. K., Anggreni, N. L. P. Y., & Indrawan, I. P. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayann dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *Jurnal Pendidikan Widyadari*, 22(2), 555-556. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suryani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenanda Media Group.

- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Prinsip dan Penerapan)* (A. Diana (ed.); 1st ed.), Yogyakarta: ANDI.
- Triweda, H. (2019). *Strategi Digital Marketing* (J. Efendi (ed.)), Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Wahyuni. (2015). *Pengendalian Kualitas*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wayan, N., Mitariani, E., Putu, N., & Dharmadewi, C. (2020). *Pengaruh persepsi Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen*. 15(2), 90–103.
- Widodo, A. (2017). *Pengantar Statistika*, Malang: UB Press.

