

DAFTAR PUSTAKA

- Al Jannah, M. W., Faradita, P. A., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Majapahit. *Solusi*, 21(2), 105. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i2.6284>
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anisailah, R. (2017). *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista Di Krema Koffie Pekanbaru*. Riau University.
- Annabila, H. (2024). *Pertumbuhan Ekonomi Bisnis Di Indonesia*. Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/Hanisaannabila6893/659bab3cde948f6be94924d3/Pertumbuhan-Ekonomi-Bisnis-Di-Indonesia>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>
- Arianto, N. (2022). Manajemen Pemasaran (N. Tilova. *Cipta Media Nusantara*.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Ayunita, D. (2018). *Modul Uji Validitas Dan Reliabilitas. Statistika Terapan, October*. https://www.researchgate.net/publication/328600462_Modul_Uji_Validitas_Dan_Reliabilitas
- Azam, M. C., & Sukandani, H. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Price Discount Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo Di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya This Study Aims To See The Effect Of Product Quality , Price Discounts And Promotions On Purc. *Journal Of Sustainability Business Research*, 1(1), 506–515.
- Bunjamin, B., Manda, H. M., & Hadidu, A. (2021). Analysis Of Lifestyle, Price Discount And Product Quality On Impulsive Buying In Issue Clothing Store. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 213–220.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Produk Sepatu Merek Converse). *Ekonomi Islam, VII No.1*, 118–134.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen* (1st Ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Efridaningsih, R. (2023). *Digemari Pencita Alam, Begini Cara Mulai Bisnis*

Perlengkapan Outdoor. Umkindonesia.Id. <https://ukmindonesia.id/Baca-Deskripsi-Posts/Digemari-Pecinta-Alam-Begini-Cara-Mulai-Bisnis-Perlengkapan-Outdoor>

Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.

Frans Sudirjo, Dian Wahyuningsih. (2024). *Teori Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (A. Asari (Ed.)). Tim Mafy.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23* (8th Ed.). Badan Penerbit-Undip.

Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory Teori Besar*. Yoga Pratama.

Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. DEEPUBLISH.

Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (Vol. 1). Penerbit Insania.

Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/Asy-Syarikah.V2i1.311>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.

Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. Alfabeta.

Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Uniqlo (Studi Pada Konsumen Uniqlo Dp Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.35892>

Lestari, W. P., Soebiantoro, U., & Amriel, E. E. Y. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui OFD Gofood: Studi Pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2774–2789. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i2.4162>

Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Manap, A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 20–21.
- Masruroh, Iffah Alfi, Djaelani, A. K., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Dengan Hedonic Shopping Motivation Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Gastronomía Ecuatoriana Y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/Abiwarra.V1i2.795>
- Novirsari, E. (2019). Pengaruh Diskon Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Himalaya Drug Company. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 12(2), 101–111.
- Nurdewi, N. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/Sentri.V1i2.235>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Paramita, R. W. Daniar, & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Azyan Mitra Media.
- Paramita, R. W. Daniar, & Rizal, N. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama.
- Parma, Fani Fatmawati. (2022). *Back To Nature: Kemajuan Atau Kemunduran?* Kompasiana.Com.<https://www.kompasiana.com/Fanifatma5545/6386ef084addee749561cbc2/Back-To-Nature-Kemajuan-Atau-Kemunduran>
- Prasmono, A. S. P., & Ahdika, A. (2023). Analisis Regresi Berganda Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Fisik Preservasi Jalan Dan Jembatan Di Provinsi Sumatera Selatan. *Emerging Statistics And Data Science Journal*, 1(1).
- Pratama, K. E., & Nurbaya, S. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Osing Deles Banyuwangi. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 495–499.
- Priansa, D. Juni. (2017a). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Cv Pustaka Setia.

- Priansa, D. Juni. (2017b). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Purwadinata, S., & Ridolof, W. B. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi: Kajian Teoritis Dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id/Index.Php/Excellent%0Ahttps://Doi.Org/10.36587/Exc.V7i2.793>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
- Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(3), 1–13. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Management](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Management)
- Riadi, M. (2021). Diskon (Pengertian, Tujuan, Jenis, Indikator Dan Faktor Yang Mempengaruhi). *Diambil Kembali Dari Kajianpustaka. Com: https://Www.Kajianpustaka.Com/2021/02/Diskon.Html*.
- Rismawan, I. M. A., & Purnami, N. M. (2017). Peran Price Discount Memoderasi Pengaruh Product Knowledge Dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali , Indonesia Olahraga Merupakan Aktivitas Yang Tidak Hanya Menyehatkan , Namun Juga. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(1), 264–288.
- Riyanto, S., & Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik Pendidikan Dan Eksperimen*. DEEPUBLISH.
- Ruliansyah, F., & Sampurna, Dian Surya. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Muna. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 214. <https://Doi.Org/10.55598/Jmk.V15i2.43057>
- Saleh, Muhammad Yusuf, & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *(Sobirin (Ed.)). CV Sah Media*.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://Doi.Org/10.36587/Exc.V8i1.911>
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070–1079.

- Sherlin, I., Budaya, I., & Bustami, E. (2022). Price Discount, Bonus Pack, And Hedonic Value Towards Online Shop Impulse Buying: A Case Study On Private College Students In Sungai Penuh City. *Journal Of Business Studies And Mangement Review*, 5(2), 242–247.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Crema Koffie. *Ecomant*, 5(1), 1–15. <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Emba/Article/View/34362/32290>
- Sholihin, Muhammad Rijalus. (2023). *Kewirausahaan*. Klik Media.
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 761–771. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i3.50226>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). *Bandung: Alfabeta*, 28(1), 12.
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2011). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 12, 14.
- Utami, R. A., & Muzaka, E. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk “Jims Honey” (Studi Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 412–423.
- Wibowo, K. A., & Prabawani, B. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Jingle Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 713–725. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.29758>
- Yuliantari, K. (2019). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Graha Ilm.
- Yusri, I. (2016). *Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: Deepublish.