

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. (2019). *Modul Praktikum Komputer Statistik* (A. A. Setyawan, Mardalis, N. Achmad, R. Kuswari, & Sholahudin (eds.); 2nd ed.). Laboratorium Manajemen FEB UMS.
- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4), 1–8. <https://doi.org/10.14738/abr.64.4374>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). 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>
- Andriani, W., Abdurrahman, & Sari, P. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV Bahana Tirta Alam Maritim di Kab. Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–7.
- Arnold, M. W. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. 7, 49–64.
- Chandra, A. P., & Santoso, T. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Pembelian di Outlet Mini Melts Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Claudya, S., & Komariah, N. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Air RO di KER-RO Bekasi*. 17(2), 115–124.
- Denaswara, D., & Waskito, J. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Efendi, A. F., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 37–50.
- Fadlilah, S., & Wiyadi. (2019). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Onlineshop Ilookshoes)*.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*

Update PLS Regresi (VII). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hafizh, F. Al, & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ngikan Yuk Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 179.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Bukalapak.com. *Riset Manajemen*, 64–77.
- Hidayati, K. N., & Irmawati. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.
- Ilham, A. I., Hartono, S., & Handiman, U. T. (2020). The Influence of Product Quality, Price and Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions (Case: Hansaplast Koyo in Tangerang). *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management*, 5(2), 2456–4559. www.ijbmm.com
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. 12(1), 1–8.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Kotler, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Er.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Muslimah, S., Hamid, R. S., & Aqsa, M. (2020). Analisis Dampak Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Perspektif Marketing Mix. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 137–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.306>
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(8), 621–632.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2), 60–69.
- Nurlaila, N., Nadya N, W., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Ppada Witel Medan. *JAKP: Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 4(1), 33–43.

- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Surakarta. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(1), 92–103.
- Sari, L. R. (2021). *Promosi dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Penjualan Pengusaha Kripik Gadung Desa Made Jombang*. 8(1), 49–58.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” di Kota Tangerang. *Prosiding Biema*, 2, 1070–1079.
- Subagyo, W. H., & Febriana, R. C. (2020). Pengaru Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Aqua di Kelurahan Pabuaran Bogor. *Economicus*, 14(1), 78–89.
- Sudaryanto, S., Suroso, I., Hanim, A., Pansiri, J., & Umama, T. L. (2021). Impact of Culture, Brand Image and Price on Buying Decisions: Evidence from East Java, Indonesia. *Innovative Marketing*, 17(1), 130–142. [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.11](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.11)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (1st ed.).
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer’s Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85.
- Tjiptono, F. (2007). *Service, Quality & Satisfaction* (2nd ed.). Andi.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(2), 407–414.