

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, A., Rachmawati, A., Kurniawati, D., Kurniawan, B. P. Y., Ambarkahi, R. P. Y., & Subagiyo, A. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Crispy (Studi Kasus di Ayam Goreng Nelongso Cabang Jalan Kalimantan, Kabupaten Jember)*. J. Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri, 2(2), 108–116.
- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi), 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). *Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. Al Tijarah, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Serli Apriani, 2) Khairul Bahrin. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*e-ISSN 2723-424X, 2, 14–25.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid.” PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 3(2), 215–221.
- Arif, F., Maria, R., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Boimau, H., & Bessie, J. L. D. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike*. Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs), 14(2), 169–187. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>.
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian*. Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>.
- Chairina, R. R. L., Afandi, M. F., Adove, D. A., & Sularso, R. A. (2023). *Dampak Gender pada Pembelian Produk Perawatan Wajah di Negara Beriklim Tropis*. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 12(2), 368. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1274>.
- Clarita, N. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci*. AKSIOMA : Jurnal Manajemen, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy)*. Manajemen Pemasaran, 336.
- Hamidy, N., & Hadi, S. P. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fisip Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 12(3), 720–728. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Intrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Issalillah, F., & Khayru, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Vitamin C. Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 1(2), 121–130.
- Kaharuddin, E. K., Haeruddin, , Muh. Ikhwan Maulana, & Muh. Ichwan Musa. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*. DECISION : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 4(1), 163–171. <https://doi.org/10.31850/decision.v4i1.2151>.
- Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). *Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek*. Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 2, 394–411.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib), 1(1), 128–136.
- Ma'ruf, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.
- Maritha, R. F., Ningsih, P. R., Anindyastri, R., Apriani, D. D., & Mangifera, L. (2021). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pembelian Produk Capa Oil)*. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS), 1(2), 54–63. <https://doi.org/10.47233/jeb.v1i2.28>.
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty*. Management and Accounting Expose, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>.
- Nasir, et, A. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Merek Dan Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek Produk “Saver” PT Cemako Lestari Inodnesia* Caesar. 9, 356–363.

- Nikinus, K., Andi, I., Ratih, A., & Ardhitya, W. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bakso Kabut Kabupaten Jember*. Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga*. PT. Nas Media Indonesia.
- Philip, K., & Kevin, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Gelora Aksara Pratama.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang)*. Solusi, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>.
- Putu, S. I., & Tjokorda, N. (2018). *Metode Penelitian dan Karya Ilmiah*.
- Ratna, P., Noviansyah, R., & Riza, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widyagama Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. ALFABETA.
- Sujarweni. (2022). *Metodologi Penelitian*. Pustakabarupress.
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya) Krido Eko Cahyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 10 No. 1, 1–2.
- Syafrida, S. (2021). *Metodelogi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan*. Unimal Press.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta*. Jurnal Manajemen, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>.

- Teddy, A., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung*. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 5422–5428.
- Top Brand Index. (2024). *Top Brand Index for Teens Smartphone*. Frontier. https://www.topbrandaward.com/top-brandindex/?tbi_year=2024&tbi_index=top-brand-for-teens&type=brand&tbi_find=iphone.
- Ubaidillah, W., & Suyono, S. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Competence : Journal of Management Studies*, 17(1), 40–53. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v17i1.19644>.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang*. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna*. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>.
- Yuliana, I., Rofiq, Aunur, & Ummah, A. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2450–2466. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2338>.