

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Angraini, A. A., Luthfi, A. M., & Yantri, O. (2025). Pengaruh *Customer Review*, *Bundling Promotion*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote pada Platform Tiktokshop di Kota Batam Ayu. *Jurnal Manajemen*, 15(3), 96–107.
- Ariani, D. (2023). Pengaruh *Brand Awareness*, *Digital Marketing*, dan *Brand Equity* Terhadap Niat Beli Konsumen Sepatu Nike. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13176–13184.
- Cindy Citya Dima, Dra.Emik Rahayu. (2021). Proceeding SENDIU 2021 Online Untuk Brosur Promosi Fasilitas Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang. *Jurnal Bisnis Net*, 978–979.
- Dwi, F., & Dian, M. (2025). Pengaruh *Brand Image* Dan *Strategi Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Affiliate Marketing* Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Shop Tokopedia). *Skripsi*, 1–13.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fasha. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Konsumen Peyek Mak Nyus Jinglyong Sutojayan Blitar ). *12(1)*, 294–304.
- Fitriani Amalia. (2025). Pengaruh *Price Bundling*, *Physical Evidence*, Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Buying Decision* Konsumen Dalam Persepektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken di Kabupaten Pringsewu). *Artikel*, 1–54.
- Ghina Afifah Syafriadi. (2021). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Loyalitas KONsumen (Studi Kasus Pada Sepatu Sport Merek Champion Di Payless Shoesource Mall Ska Pekanbaru. *Skripsi*, 75, 2–100.

- Hanafia, F. (2023). Pengaruh Varian Produk, *Servis Level* dan *Price Bundling* terhadap Loyalitas Pelanggan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 15–23. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.131>
- Haq, M. I., Akbar, T., & Prasasti, K. B. (2025). Pengaruh Citra Merek , Variasi Produk , dan Harga *Bundling* Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen X. *Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 12–24.
- Hardani, D. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *cv. pustka ilmu*.
- Hermina, D. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. 5(12), 5937–5948.
- Husaeni, W. R. F., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Angket Penyesuaian Diri Siswa Sma. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.22460/fokus.v5i1.7408>
- Irfan, A., Gusti, I., Ketut, A., & Suasana, G. (2021). *The Effect of Bundling Strategy, Price Perception, and Brand Image on Purchase Decisions (Study on Local Fast Food Retailers in Bali Indonesia)*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(6), 295–299. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Muryati, T., & Listiana, E. (2025). *The Influence Of Brand Image Product Private Label , Service Quality , And Price Bundling On Customer Retention Through Customer Satisfaction At Indomaret Pontianak City* Pengaruh Citra Merek Produk Label Pribadi , Kualitas Layanan , Harga Bundling Terhadap. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 191–202.
- Nuha. (2020). *POPULASI DAN SAMPEL*. 2(2), 1–6.
- Nurlaila, N., Nainggolan, W. N., & Nurlinda. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada Witel Medan. *JAKP: Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 4(1), 33–43.
- Puadi, A., Meitiana, & Kristinae, V. (2023). Hubungan *Bundling Harga*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee Indonesia. *Citra... | 319 JMSO |*, 4(3), 319–325.
- Putra Rahmat Hidayat, Syafruddin Ritonga, A. S. (2020). Strategi Pemasaran Brothers Café dalam Membangun *Brand Image* Bagi Pengunjung Di Kota Medan Brothers Café *Marketing Strategy in Building Brand Image for Visitors in Medan City*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 2(1), 33–37.
- Ridha. (2019). Proses Penelitian Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>

- Rozjiqin, M. F. (2023). Journal of Economics and Business Aseanomics. *Universitas YARSI*, 5(1), 69–85.
- Samsudin, A., Nugroho, R. H., Fitri A., I. P., Putri A., A., Awaliah, A. N., Oktavia, N., & Nugroho, T. B. A. (2023). Analisis Pengaruh Harga, *Brand Image*, dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk McDonald's. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1155–1162. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2642>
- Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Brand Ambassador* Dan *Bundling Product* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- Wijaya, A. (2020). Pengaruh *Price Bundling* dan *Product Bundling* terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 28–38. <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.866>
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 94–102. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Zuhida, N. F. (2024). Pengaruh *Product* dan *Price Bundling* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Belikopi Kota Kediri ). *Jurnal Manajemen*, 04, 229–243.