

DAFTAR PUSTAKA

- Almunida, A. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Harga, Dan Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Pembelian Di District Coffee Banjarbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Anggraini, A. B., & Saino, S. (2022). Pengaruh harga, physical evidence, dan lokasi terhadap keputusan pembelian mie gacoan surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591-1599.
- Anwar, V. R. (2024). *Analisis Pengaruh Direct Marketing dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk UD Purnama Jati*. Skripsi. Jember: Politeknik Negeri Jember.
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Daryanto, S. (2021). "Metode Penelitian Sosial: Uji Validitas dan Reliabilitas." *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 10(2), 123-132.
- Febry, T., & Teofilus. (2020). SPSS : Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis. In *Media Sains Indonesia* (Vol. 1).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT inovasi Pratama Internasional.
- Hadinata, Garry Christianto (2020). *Pengaruh Promosi dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Asus di Harco Mangga Dua*. Skripsi. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma Tangerang.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Heliani, H., Harahap, D. A., & Mahani, S. A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1331-1338).
- Hidayah, S. N. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Para Pengguna Sepeda Motor Merek Kawasaki di Wilayah Kecamatan Mranggan)*. Skripsi. Semarang: Universitas Semarang.

- Keller, K.L. (2020) *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. 5th Edition, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth Edition). Pearson Education.
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia <https://www.kemendag.go.id/>. (Diakses Pada Bulan April 2025).
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK: Pearson
- Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 231-242.
- Kuncoro, A., & Kristiyanti, M. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Cv. Eureka Media Aksara.
- Maharani, R. A. N., & Alam, I. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235-242.
- Niswaningtyas, R. A., & Hadi, M. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Ecommerce Shopee Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2), 175-180.
- Nor, M. (2022). *Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ritel Modern Studi Pada Mini Market Borneo Tabalong*. Skripsi. Tabalong: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong.
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pengunjung di minimarket menggunakan metode regresi linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1-12.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Pusat Data Industri Indonesia www.dataindustri.com. (Diakses pada bulan April 2025).

- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98-104.
- Sari, D. I. (2023). Pengaruh brand image, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan McDonalds™ s Jakarta Timur. *Jurnal EMT Kita*, 7(4).
- Sarwono, J. (2020). "Penggunaan Skala Likert dalam Penelitian Sosial: Teori dan Aplikasi." *Jurnal Penelitian Sosial dan Pendidikan*, 4(1), 45-54.
- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102-110.
- Sidharta, G. (2022). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *Manajemen*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swarjana, K. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling dan Bias Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *TARBIYAH: Journal of Educational Science and Teaching*, 2(1), 160-166.
- Top Brand Index <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>. (Diakses Pada Bulan April 2025).
- Tjiptono, F. 2020. *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.