

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Peneliti*, 3(2), 186–196.
- Al-Heali, A. N. (2020). The effect of marketing deception on consumer purchasing decisions-an analytical study of the opinions of a sample of baghdad university students. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(6), 575–595. https://www.ijcc.net/images/vol_13/Iss_6/13663_Heali_2020_E_R.pdf
- Ambarini, N. O., Qomariah, N., & Anwar. (2016). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KOMPLEK MUTIARA JEMBER. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 1(1), 51–65.
- Aminudin, Fitroh, Isharijadi dan Juli Murwani, (2020), “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Dealer xxx di Ponorogo”, *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 2-6.
- Aminullah, R., Suharto, A., Diansari, T., & Roisaminullahgmailcom, E. (2018). THE EFFECT OF LOCATION PRICES AND COMPLETE PRODUCTS ON PURCHASE DECISIONS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 204–218.
- Angga, D., & Santoso, B. (2015). ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA BIRO PERJALANAN WISATA “HOBI WISATA TOUR & TRAVEL” JEMBER. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 1–15.
- Apriliana, H. T. A., & Sumowo, S. (2015). Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphome Android Merek Samsung (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2011-2013). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 121–142. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/13/11>
- Budiyanto, I. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di Desa Sidan Kec. Gianyar, Kab. Gianyar Tahun 2015. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi(JPPE)*, 7(1), 1–10.

- Cahyani, K. I. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281–288.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 148–163.
- Effendi, Usman dan Yantri Rumnita (2020), “Studi Perilaku Konsumen Dimasa Pandemi Covid19: Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android Dalam Perspektif Citra Merek dan kepuasan Konsumen”, *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena Information Center For Indonesia Social Sciences*, 1(2), 5-6.
- Farid, Ali Muhammad, M.Hufron dan Budi Wahono, (2020), “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus pada Konsumen Tas Eiger Mahasiswa Penghuni Kost di Kelurahan Dinoyo”, *e-Jurnal Riset Manajemen*, 1-13.
- Fauziah, Deilia (2020), “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo: Studi pada Pengguna Smartphone Vivo di Kota Bekasi”, 12 November 2020.
- Firmansyah, M. Anang, 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Hadita, Wirawan Widjanarko dan Hafizah, (2019), “Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid19”, *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 1-7.
- Hermawan, H. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER Haris. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143–161.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Indra, R., & Sanosra, A. (2016). KONFIGURASI EKUITAS MEREK DALAM MEMBENTUK PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN WONG SOLO JEMBER. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15.
<http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=>

11&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiF7_C856PbAhWOWysKHQiTb
aA4ChAWCCYwAA&url=http%3A%2F%2Fjurnal.unmuhjember.ac.i
d%2Findex.php%2FJMBI%2Farticle%2Fdownload%2F59%2F40&usg
=AOvVaw0MolJ4RlvQ7Rk8ai7Di8W0

- Jamaludin, A. (2015). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85820.
- Khoirul, Muhammad, Ayun Maduwinati dan Agung Pujianto, (2020), "Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Persebaya Store di Surabaya, 5-6.
- Lestari, Putri dan Muchammad Saifuddin, (2020), "Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid 19", *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 3(2), 1-2.
- Lie, T. D., Purnomo, D., & Sari, D. K. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Keripik Pedas Maicih. *Jurnal Cakrawala ISSN 1693 6248*, 2(1), 5-10.
- Muharom, Lutfi Ali, (2017), "Pengaruh Harga, Citra Merek dan Atribut Produk terhadap Minat Beli Produk Smartphone Oppo (Study Kasus di Toko Bismar Ponsel Jember)", *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*.
- Muliani dan Faradina Inda Wardhani, (2020), "Pengaruh Promosi di Instagram dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Penggoda Secara Online melalui Ojek Online (Ojol) pada Masa Karantina Covid-19 di Kota Pontianak, *Integra*, 10(2), 7.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v3i1.1880>
- P. Ajeng Ayu Fatimah dan Soedarmadi, (2020), "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Susu NaturSoya CV. Global Mandiri Sejahtera Kanca Purwodadi)", *Majalah Ilmiah Solusi*, 18(1), 4-17.
- Pradiatiningtyas, Diah, (2020), "Preferensi dan Keputusan Pembelian Konsumen pada Aplikasi Belanja Online Saat Pandemi Covid 19

- (Studi Kasus: Go Mart dan Aplikasi Sayur Online), *Journal Speed*, 12(3), 1-2.
- Pratama, Agung dan Realize, (2020), “Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa”, *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 1-10.
- Qomariah, N. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember). *JEAM*.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY
- Qomariah, N., & Zaman, M. N. (2020). Online Marketing , Milenial Generation Attitudes And Brand Awareness Relationship With Purchase Decisions. *IOSR Journal of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(10), 1–6. <https://doi.org/10.9790/0837-2510110106>
- Qomariah, N., Mahendra, M. M. D., & Hafidzi, A. H. (2021). The Effect Of Price Consciousness , Sales Promotion And Online Customer Reviews On Purchase Decisions At The Marketplace Tokopedia. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(6), 57–63. <https://doi.org/10.9790/487X-2306045763>
- Rismalasari, Afi Rachmat Slamet dan Aleria Irma Hatneny, (2020), “Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Three Second Malang”, *e-Jurnal riset Manajemen*, 3-11.
- Rumengan, Novi, H., & Steven, R. (2015). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 684–694.
- Sa’dullah, & Azhad, M. N. (2015). Analisis persepsi kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan perdagangan ikan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 61–75. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/viewFile/15/13>
- Saputro, Endro Aryo dan Erni Widiastuti, (2020), “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax di Kota Surakarta”, *surakarta Management Journal*, 2(1), 2-10.

- Sari, A.A. Ayu ratih P, Ni Nyoman K.Y, 2020. Kepercayaan pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com. Klaten:Lakeisha.
- Sari, N., & Santika, I. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(8), 254093.
- Setyaningsih, Dani Khoerinisa, (2020), “Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Hedonis dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Ma’had Mambuk Qur’an Munggang Bawah di Wonosobo”, *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(2), 2-3.
- Simamora, Bilson, 2003. Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabilitas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjatmika, & Vania, F. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di TOKOPEDIA.COM. *Jurnal Agora*, 5(1).
- Supangkat, Aditya Hangga dan Supriyatin, (2017), “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 2-17.
- Susanti dan Nora Pitri Nainggolan, (2020), “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Cahaya Eco Indonesia di Batam, *Jurnal Rekaman*, 4(2), 1-10.
- Umar, Husein, 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wati, N. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*, 1–16. http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/699/jbptunikompp-gdl-benazirwal-34906-10-unikom_b-1.pdf
- Widiyono, Aan, (2020), “Efektivitas Perkuliahan Daring (onllie) pada Mahasiswa PGSD di Saat Pandemi Covid 19, *Jurnal Pendidikan*, 8(2), 1-3.
- Zaini, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2020). Dampak Harga Produk , Promosi , Lokasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 151–160.