

DAFTAR PUSTAKA

- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(02), 328–337. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (2nd ed.).
- Aminullah, R., Suharto, A., & Diansari, T. (2018). Pengaruh Harga Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 4, Issue 2, p. 204). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1762>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Asnawati, F. m. . &. (2017). pengaruh electronic word of mouth, brand image, brand trush terhadap keputusan penggunaan jasa ojek online go-jek di samarinda. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 409–410.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dewi Widhy Asti, Hasbiah, S., & Wardhana Haeruddin, M. I. (2022). The Influence of Price and Product Quality on Product Purchasing Decisions at Pt Intan Pariwara. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 1(2), 238–258. <https://doi.org/10.58526/jsret.v1i2.32>
- Dicaprio El Moslem, Wahyu Eko Setianingsih, & Tatit Diansari Reskiputri. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Warmindo (Studi kasus jalan Mastrip, Jember). *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(3), 206–210. <https://doi.org/10.56338/jsm.v10i3.3823>
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). Analisa Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju di Beberapa Departement Store di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(2), 61–70. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>
- Fiorentino, M. E., Sari, M. I., Reskiputri, T. D., & ... (2023). The Role of Brand Image, Product Quality and Price in Improving Product Purchasing Decisions. ... *Research and Critics ...*, 1798–1808. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/7734>
- Fitriyah, A. (2024). Peran Brand Attitude Dalam Memediasi Inovasi produk dan Celebrity Endorser tyerhadap Minat Beli. *Journal Of Economiscs and Bussinees*, 8, 1691–1698.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivrarant Dengan Program IBM SPSS* (Edisi 7). Universitas Diponegoro.
- Gonie, L. C. P. F., Tumbel, A., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan

- Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 224–232.
- Gultom, D.k, arif & muhammad F. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan*. 3(2), 273–285.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38.
<https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi DanBisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Jannah, E. M., Adistia, E., & Renfiana, L. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Saung Enggal). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 117–131.
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2945>
- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021a). Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 58–68. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/428>
- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021b). Pengaruh Variasi Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 58–68.
- Khairunissa, V. L., Agustina, E., & Purwanti, I. (n.d.). *Implementasi Marketing Mix Dalam Mempertahankan*. 2(1), 55–60.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kotler. (2019). *19651_2_Bab_II*. 10.
- Kridaningsih, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(2), 153–162. <https://doi.org/10.54131/jbma.v7i2.108>
- Mauliddiyah, N. L. (2021). *Pengaruh Kualitas produk, Harga, Lokasi, dan pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen*. 6.
- Nabilla, A. G., & Antje Tuasela. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada DIVA Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Mika. *Kritis*, 5(2), 1.
- Nurhalizah, S., & Oktiani, N. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(3), 197–

207. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i3.18>

- Pratama, A. F., Setyowati, T., & Hermawan, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Pada Toko Sepatu Di Kabupaten Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 561. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3278>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi Di Toko Src Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 710–728. <https://doi.org/10.23969/oikos.v7i1.6033>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi* ..., 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1482–1490.
- Rosanti, N., Karta Negara Salam, & Panus. (2021). The Effects of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Sari et al. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Variabel Green Marketing dan Brand Ambassador UMKM Ngudi Rejeki Kelorida. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Sejati, A. K. S. A. S., Pawenang, S., & Ratna, D. (n.d.). *Product Variations, Service Quality, Facilities, Purchasing Decisions 1*. 2021(4), 688–695.
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Sofiyatuzzahro, Qomari, N. dan N. (2021). Pengaruh Brand Image, promosi, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada brand “Crocodile” di Matahari Dapartemen Store Surabaya. *Urbara Management*, 1, No.2 PP, 242–254.
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 2–16. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di

- Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>
- Syarifuddin, L. M. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. In Istana Agency.
- Tjiptono. (2012). *Strategi pemasaran*.
- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2.
- Wulandari, W., Izzuddin, A., & Reskiputri, T. D. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Mie Sakera Ajung Kalisat Kota Jember). *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i3.108>
- Zainurossalamia, S. (2020). *manajemen pemasaran teori dan strategi*.
- Mustofa, Andhika Nur Wiyadi, Wiyadi (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi (18) 1 136-147
- Tarina, Miftah Faaroek, Safiani A Tambunan, Resman Muharul (2023). *Pengaruh Personal Branding Tasya Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mother Of Pearl* Jurnal Global Komunika vol 6 61-71
- Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (2022) *Ph.D. Ummul Aiman, S.Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd.Suryadin Hasda, M.Pd. Zahara Fadilla M.Kes. Masita, M.Pd.I. Ns. Taqwin S.Kep. M.Pd. Meilida Eka Sari, M.Pd.Mat Ketut Ngurah Ardiawan* 115
- Rissa Grace E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (2020) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian* vol 21 31-38
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Yuliana, S., Sutanto, E. M., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku dalam menggunakan financial technology: Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 77–91. <https://doi.org/10.24914/jeb.v25i1.4531>
- Lucyanda, J., & Akuntansi, J. M. (2010). Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat dalam penghindaran pajak: Studi empiris pada wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha dan pekerjaan bebas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(2), 123–138. <https://doi.org/10.21002/jaki.2010.06>