



DAFTAR PUSTAKA

- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12–22. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Ariel Baehaqi, M., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. 4(1), 21–33. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i1>
- Arsita, Y., Nugrahaningsih, H., Kuraesin, E., Studi Manajemen, P., dan Bisnis, E., & Ibn Khaldun Bogor, U. (2023). Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Pada Pengguna Shopee. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1, 232–237. <https://multidisipliner.org/index.php/ijim/article/view/23/20>
- Ayuk, K., Oktavenia, R., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 1(2). https://www.researchgate.net/publication/360047480_PENGARUH_PERSEPSI_HARGA_CITRA_MERKEK_DAN_KUALITAS_PRODUK_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN
- Gloria, F., Jhony, I., Tampi, R. E., Taroreh, H., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86.
- Grace Haque, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Berlian Multitama di Jakarta. 21(1).
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). 1096–1104. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *JMPP*, 4(2). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/43909>



Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing 18th Global Edition*. 2021. 2021.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *A Framework for Marketing Management Sixth Edition*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management, 15th edition*.

Mailina, I. N., & Rosmita. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Madu Pada CV. Mutiara Madu Kuansing.

Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. 3(1), 44–53. <https://aktiva.nusaputra.ac.id/article/view/130>

Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). The Effect Of Price Perception, Product Quality And Store Atmosphere On Purchasing Decisions At Immanuel Sonder Stores. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1077–1086. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296>

Milenia, M., & R Sitinjak, T. J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Mess Steak Mangga Dua Square Jakarta. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4685/10/RESUME.pdf>

Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>

Putra Egey Tionanda Kistian, & Pudjoprastyono Hery. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet XL. <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/1118>

Putra, Y. D., Lisa, L., Sutarno, S., Dewi Anggraini, & Supriyanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Alam Bumi Lestari. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 133–140. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.402>

Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>

Rajagukguk, P., Hardani, H., Kartawijaya, F., Studi Administrasi Bisnis, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Bsi, U., Jatiwaringin Raya No, J., & Timur, J. (2022). Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian online pada Marketplace Shopee Paska Pandemic Covid-19. 2(1), 28–34. <https://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jab/article/view/1165>

Ryananda, H. M., Udayana, N., & Maharani, B. D. (2022). Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 14(2), 461. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/11099>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Setiawan, S. (2019). Analisa Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS versi 24.

Sugiyono, (2019). Sugiyono - Kualitatif Kuantitatif RnD (2019) (Sutopo., Ed.).

Veronika, & Wardaya, M. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Produk Ramah Lingkungan - Heki Circle. www.indonesia-investments.com.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.