



DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, RM dan Maskan, M (2018). "Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Roti Boy MOG Malang" Volume:4 Nomor:2, Desember 2018
- Anggraeni, AR & Soliha E (2020). "Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang" Al Tijarah: Vol. 6 No. 3 (Special Issue) December 2020 (96-107) p- ISSN: 2460-4089 e-ISSN: 2528-2948 Available at: <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal of Marketing* Vol. 73, 52-68.
- Budiani, W. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127-133.
- Chandra, AP & Santoso, T (2019). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan di Outlet Mini Melts Surabaya" *Agora* Vol. 7, No. 1
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education*. Oxon: Routledge.
- Cooper, D. R. and and Schindler, P. S. (2019) *Business Research Methods*. 13th edn. Edited by Hill Irwin. New York: McGraw.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R2)*. Jawa Barat: Guepedia.
- Darmanah, Garaika. (2019). *Metode Penelitian*. Lampung Cv. Tlira Tech.
- Febriantika Bella (2023), *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kopi Kenangan di Jakarta Utara*
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hair Jr., J. F. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS*. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.



Maharani, S “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut” Vol. 2, No. 1, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367 (ONLINE) IQTISHADEquity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Radjab Enny. Jam'an, Andi. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Sekaran-Bougie. (2013). *Research methods for business : a skill-building approach – 6th ed.* West Sussex, UK : John Wiley & Sons Ltd.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung

Syamsidar, R dan Soliha, E “Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang)” JBE Vol. 26, (2): 146 - 154, 2019 Jurnal Bisnis dan Ekonomi <https://www.unisbank.ac.id/ojs>; email: jbe@edu.unisbank.ac.id

Pradana, D, Hudayah, S, dan Rahmawati (2017). “Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor” Available online: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA> K I N E R J A Volume 14 (1)

Prihatiningsih, D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif*. Purwodadi-Grobogan: CV Sarnu Untung.

Widokarti, Joko R. & Donni J. Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Pustaka Setia.

Website :

<https://www.instagram.com/Erigostore/> (Diakses 2023)

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20220913/104/1576954/brand-lokal-Erigo-tampil-kembali-di-new-york-fashion-week-2023> (Diakses 2023)

<https://Erigostore.co.id> (Diakses 2023)

<https://shopee.co.id/Erigostore> (Diakses 2023)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat> (Diakses 2023)