

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ahada. (n.d.). 03 BAB I.
- Aini, Y. N. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU VENTELA Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 2–15.
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2023). Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah. *Jesya*, 6(2), 2301–2316. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1266>
- Annisak, F., Sakinah Zainuri, H., & Fadilla, S. (2024). Peran uji hipotesis penelitian perbandingan menggunakan statistika non parametrik dalam penelitian. *Al Itihadu Junral Pendidikan*, 3(1), 105–115. <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022a). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022b). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 10, Issue 1).

<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas 2. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Bangun Rara', Isak Pasulu, & Dwibin Kannapadang. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Chen, X. X. X. X., Tsai, M. Y., Wolynes, P. G., da Rosa, G., Grille, L., Calzada, V., Ahmad, K., Arcon, J. P., Battistini, F., Bayarri, G., Bishop, T., Carloni, P., Cheatham, T. E., Collepardo-Guevara, R., Czub, J., Espinosa, J. R., Galindo-Murillo, R., Harris, S. A., Hospital, A., ... Crothers, D. M. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Nucleic Acids Research*, 6(1), 1–7. <http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008><http://dx.doi.org/10.1007/s00412-015-0543-8><http://dx.doi.org/10.1038/nature08473><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2009.01.007><http://dx.doi.org/10.1016/j.jmb.2012.10.008><http://dx.doi.org/10.1038/s4159>
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/bullet/article/view/3069>
- Darma, B. (2021). STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Re. In *Guepedia* (pp. 7–8). https://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&printsec=frontcoverhttps://www.google.co.id/books/edition/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U/acpLEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&printsec=frontcover

- Darmansah (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Dharma, N. P., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). 255281-Pengaruh-Citra-Merek-Kesadaran-Merek-Dan-5Ca8F555. 4(10), 3228–3255.
- Diansyah, D., & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97–109. <https://doi.org/10.24856/mem.v32i2.538>
- Fatmarani, S. (2022). *Manis Kopi Susu Gula Aren*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/toko-kopi-tuku-pelopor-manisnya-kopi-susu-gula-aren>
- Febrianto, G. A., & Wajdi, M. F. (2024). Pengaruh Kompetensi Sdm, Teknologi Informasi Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Sales Toko Elektronik Di Magetan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1099–1114. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3805>
- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796. <https://doi.org/10.31004/jn.v7i1.14069>
- Firdayanti, A., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(9), 2628–2643. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.838>
- Fitriani, N., Fiqriyani, A., Amellia, D., Fadiyah, N., Nurul Fatimah, P., & Fitri Janatin Aliyah, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Meda Sosial Instagram dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian UMKM Toko Kopi Tuku. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14286–14295.
- Frisniory, S., Pembayun, A., Tazdin, A., & Qusairi, A. (2024). PENGUMPULAN DATA KESEHATAN MASYARAKAT DENGAN MENENTUKAN KADAR AIR MINUM DALAM KEHIDUPAN SEHARI - HARI. 8(6), 261–266.
- Gary, D. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Gemilang, A. C. P. (2025). No Title. *Padahal Omzet Cuma Rp1 Miliar Sehari, Tapi Kopi Tuku Disebut Lebih Unggul Dari Tomoro Coffee Dan Janji Jiwa Karena Ini*. <https://www.hops.id/unik/29414344493/padahal-omzet-cuma-rp1-miliar-sehari-tapi-kopi-tuku-disebut-lebih-unggul-dari-tomoro-coffee-dan-janji-jiwa-karena-ini>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungan Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>

- Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Hair, J. F. (2007). Research Methods for Business. In *Education + Training* (Vol. 49, Issue 4). <https://doi.org/10.1108/et.2007.49.4.336.2>
- Hamidy, N., & Hadi, S. P. (2023). “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fisip Undip).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 720–728.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Harumanto, B. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan AQUA*. 1–8.
- Herman Djaya, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 16–24. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v1i2.3053>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2), 2634–2650. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Illah, F. N., Diah Delima, I., Hardiyanti, R., Studi, P., & Komunikasi, I. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Tiktok Shop. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 455–462. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11107494>.
- Iron Muntafiroh. (2011). Bab I Pendahuluan. *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Ischak, W. I., Badjuka, B. Y., & Zulfiayu. (2019). *Modul Riset Keperawatan*. 12, 99–119.
- JASMINE, K. (2014). *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*.
- Kartikaningrum, D. M., & Muhtarom. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas Bahan Ajar Menggunakan Formula Aiken’s V dan SPSS.22 terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1), 879–885.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.870>
- (Laporan) *Kumpulan Data Perkebunan Kopi Indonesia 10 Tahun Terakhir hingga 2023*. (2023).

- Manajemen, J. J., Oktober, N., Produk, P. K., Merek, K., Beat, H., Alfandy, R., Endratno, H., & Aryoko, Y. P. (2024). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*. 9(2), 1420–1432. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.1986>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Maulana, A. A., & Hadita. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. *JMCBUS: Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 108–118. <http://jurnal.stieww.ac.id/index.php/semnas/article/view/645>
- Minat Kopi Tuku di Tangerang selatan. (2024). <https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID-BT&q=tuku&hl=id>
- Musfirah, R., Syarif, N., Harisa, M., Tinggi, S., Yapi, I. E., & Artikel, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku Di Pasar Santa*. 2(1), 114. www.ojs.amiklps.ac.id
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nurhanisah, Y. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. <https://indonesiabaik.id/infografis/negara-penghasil-kopi-terbesar#:~:text=Berdasarkan data dari Departemen Pertanian,dunia setelah Brazil%2C dan Vietnam>
- Pandowo, A., Manado, U. N., Ulma, R. O., & Asmalinda, A. (2024). *Manajemen pemasaran. November*.
- Permatasari, D. C., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 296–312. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2019>
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity*, 1(5), 446–452. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity>
- 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>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).

- Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.
- Putri, N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek (Studi Kasus pada Store Fore Coffee di Tangerang Selatan)*. 1–14.
- Racmad et, A. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Ridzki, alfathi bintang. (n.d.). *No Title*. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ke-4-di-dunia-QA412>
- Ristia Ilyas, S. (2022). Pengaruh Indikator Makroekonomi Terhadap Harga Saham Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang Tercatat dalam Indeks LQ45). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(1), 93–105. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i1.1153>
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Rudini, R. (2017). Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Kuantitatif. *Jurnal SAINTEKOM*, 6(2), 53. <https://doi.org/10.33020/saintekom.v6i2.13>
- Saputra, D. F. D., & KN, J. (2023). PENGARUH KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN (Survey Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta 2017). *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 61. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.1.2023.61-69>
- Sari, N. H. F. K. U. K. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Non Performing Financing Terhadap Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah Periode 2011-2017. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 17(2), 78–93. <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jbme/article/view/600/448>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Tandi, V. P., Tommy, P., & N. Untu, V. (2018). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Profitabilitas Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei Periode 2013 – 2016. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 629–637. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.19543>
- Tandia, A. T., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Karimun Wagon R Ags (Studi Di Dealer United Motor Centre Jalan Ahmad Yani Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 241–247.

TBIMAKALAHPOPULASIDANSAMPELDALAMPENELITIAN. (n.d.).

Tuku Kopi. (2023). *Toko Kopi Tuku*. <https://www.instagram.com/tokokopituku/>

Tupani, G. D. (2024). *Ternyata Harga Kopi Tuku Naik Sejak 11 April, Menurut Kamu Gimana - Indonesia Move*. <https://www.indonesiamove.com/ekonomi/amp/99387147/ternyata-harga-kopi-tuku-naik-sejak-11-april-menurut-kamu-gimana>

Ummah, M. S. (2019). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS PREMIUM DENGAN MINAT BELI. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

USDA *PRODUKSI KOPI INDONESIA 2024_2025 DIPERKIRAKAN NAIK* *Media Perkebunan*. (n.d.).

Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, 7(1), 50–62. <https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281>

Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>

Wahyuningtyas, Y. E. & P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/4090/4102/>

Wati, R., Indrawati, H., & Syabrus, H. (2025). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Universitas Riau)*. 8, 1455–1463.

Wullur, M. P., & Djawoto. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA) Djawoto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.

Yanti, M. O. Z., & Sukotjo, H. (2019). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosial Merek, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lain Hati. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/1557/1516>

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 2(2), 18.