

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Anggoro, M. A., Chel, M., & Purnomo, B. (2020). Pengaruh Promosi ,Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Valve Pt Valmatic Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3, 76–97.
- 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.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2014), h. 181-182.
- Devi LKI. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya). *Manajemen*. Published online 2019:1-114.
- Ferdiana Fasha A, Rezqi Robi M, Windasari S. Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *J Manaj Pendidik Dan Ilmu Sos*. 2022;3(1):30-42. doi:10.38035/jmpis.v3i1.840.
- Fernando MF, Aksari NMA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manaj Univ Udayana*. 2017;7(1):441. doi:10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17.
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Hariyadi, Doni. (2012). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Proyektor. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manejemen* Vol. 1 No. 8. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya
- Harun Kismantoroadji. (2020). *Statistika Sosial*. Bandung: Program Pasca Sarjana UNPAD.
- Hermina & Prihatini, S. (2018). *Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk*

- Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI). <https://media.neliti.com/media/publications-test/67991-gambaran-konsumsi-sayur-dan-buah-pendudu-b63d467d.pdf>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>.
- Indrasari. (2019). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi
- Keputusan PT, Aziz N. PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AICOS PRODUKSI PT . BUMI SARIMAS INDONESIA. :1-9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Manap, Abdul. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono | OPAC Perpustakaan Nasional RI. (n.d.). Diambil 11 April 2023, dari <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=911046>.
- Orlando, Jovian. (2021). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AA RAFFI FRIED CHICKEN SINDANGBARANG BOGOR. *Journal of Accounting & Management Innovation* Vol. 6 No. 1, January 2022, pp. 49-66
- Pradana, Dedhy. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor.
- Pradana D, Hudayah S, Rahmawati R. Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*. 2018;14(1):16. doi:10.29264/jkin.v14i1.2445.

- Pangestu, Panggih. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Lazada.W. Jakarta, M. Pemasaran F. Ekonomi.
- Pengaruh A, Produk K, Paramitha MD, Khasanah I. (Studi Pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik Semarang). 2015;4:1-10.
- Sjafei, Saleh. (2020). Merancang Kerangka Berfikir Teoritis. Jurnal Geuthèë: Penelitian Vol. 03, No. 02, (Agustus, 2020), pp. 473-486.
- Solomon, Michael R. (2018). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. London: Pearson.
- Subagja, Kurniawan. I. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MELON PT. SYAFINA NIAGA. Vol.6. No. 2 Mei-Agustus
- Sugianto, et al. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi ke-2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol.26(2), 146–154.
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(2), 92. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>.
- Yanuar MM, Qomariah N, Santoso B. Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *J Manaj dan Bisnis Indones*. 2017;3(1):61-80.
- Yusup F, Studi P, Biologi T, Islam U, Antasari N. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS. 2018;7(1):17-23.
- Zainuri, Rifan . (2018). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK JASA KEUANGAN SYARIAH DALAM PERSPEKTIF ISLAMIC MARKETING ETHICS.