

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Merek di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Anak Hebat Indonesia.
- Al-Ghifari, M. I., dan Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- Alfayed, E., dan Riofita, H. (2024). STRATEGI PEMASARAN PRODUK: MENCIPTAKAN BRAND, MENENTUKAN HARGA, DAN STUDI KASUS. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(4).
- Asman, A. (2021). Sumber Data, Populasi dan Sampel Penelitian Hukum Islam. *Institut Agama Islam (AIA) Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 15.
- Ciamas, W. S., Ciamas, E. S., Lisa, L., Hutabarat, F. A. M., dan Sulaiman, F. (2021). Harga sebagai Komponen Marketing Mix Terhadap Penjualan di PT Bale Dipa Aruna (Perumahan Medan Resort City), Medan. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 496–500.
- Daulay, R., Handayani, S., dan Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Dewi, K., dan Indis, Y. (2020). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Tomat (Studi kasus di Desa Buah, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli). *dwijenAgro. DwijenAGRO*, 10(2), 76–84.
- Dezila, R., dan Ariyanti, M. (2022). *The Effect of Product Quality and Secondate Beauty Brand Image Towards Consumer Repurchase Intention*. 6(2), 316–334.
- Edyansyah, T., Ahyar, J., dan Nur Ilham, R. (2022). the Effect of Cafe Atmosphere, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction At Premium Coffee Stations in Lhokseumawe City for the 2020-2021 Period. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi)*, 6(2541–5255), 2.
- Edyansyah, T., Ilham, R. N., Ahyar, J., Chalirafi, C., dan Sullaida, S. (2022). The Effect of Cafe Atmosphere, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction at Premium Coffee Stations in Lhokseumawe City for The 2020-2021 Period. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1993–2003.

- Faizaty, N. E., dan Laili, R. (2021). Dampak softselling dalam digital marketing pada pengambilan keputusan pembelian (Studi pada platform grup Facebook Jago Jualan). *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 2374–2621.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., dan Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Halimah, M. A., dan Yanti, R. D. (2020). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan produk kilat khusus mitra korporat Kantor Pos Purwokerto. *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 70–79.
- Haryono, P. M. B. (2024). *How To Be a Professional Customer Service*. Penerbit Andi.
- Hasanah, N., dan Usman, O. (2021). Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decision on Lazada E-Commerce. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768312>
- Hasanah, T. (2020). Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Saluran Distribusi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 159–171. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1775>
- Herliansyah, H., Octarinie, N., dan Rasjid, A. (2021). Analisis Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Semen PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk di Kota Palembang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(6), 288–297.
- Hilary, D., dan Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1), 19–26.
- Hulima, J. S. P., Soepono, D., dan Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2).
- Indarto, I., dan Santoso, D. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 54. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i1.2202>
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., dan Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 191–201.
- Kawasati, I. and R. (2019). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Sorong: STAIN Sorong*, 4.

- Khodijah, S., Jahira, N., Karima, U., dan Zahroh, W. (2023). Sosialisasi Personal Merek dan Desain Grafis oleh Mahasiswa KKN Uniwara dalam Meningkatkan Potensi UMKM Masyarakat Di Kelurahan Tapaan Kota Pasuruan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(4), 111–119.
- Lina, L. F., dan Permatasari, B. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 155–170.
- Lusiana, W., dan Sudarijati. (2023). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Kopiko 78°c at PT. XYZ. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 1013–1030. <https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4401>
- Mailangkay, M., Keintjem, M., dan Rondonuwu, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Cabang Tondano. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Murdapa, P. (2020). *The Effect of Price, Product Design, Product Quality and Brand Image on Purchase Decisions*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-10-2019.2291907>
- Napitupulu, M. H., dan Supriyono, S. (2023). Pengaruh keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800.
- Nugroho, A. C., dan Budiarti, A. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Harga di Aplikasi Tokopedia. *AT TARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(03), 163–181.
- Nurhalim, A. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Tangerang. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 51–59.
- Ohorella, N. R., dan Prihantoro, E. (2021). Pengembangan merek pariwisata Maluku berbasis kearifan lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 89–99.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., dan Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361–375.
- Pramesty, M., Syarifuddin, S., Silvianita, A., dan Fakhri, M. (2023). *The Influence of Price and Quality on Purchasing Decisions for Luxcrime Products*. 3842–3851. <https://doi.org/10.46254/an12.20220712>
- Pratama, D. W. (2020). *Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Pembelian Berulang Pada Penjualan Produk Gamis Afifathin*. 4(13–29), 791–792.

- Rahmi, R. A., dan Ariyanti, M. (2022). The influence of product quality and price on customer satisfaction at shopataleen fashion brand. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 472–487.
- Riyanto, J., dan Muchayatin, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 49–56.
- Sari, D. M., Fitriani, N., dan Arfiani, M. (2021). Penerapan Marketing Merek Strategy Pada Unit Usaha Mikro Kecil Pondok Yatim Binaan Human Initiative Aceh. *Batoboh: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(2), 119–135.
- Sihombing, L. A., Suharno, S., Kuleh, K., dan Hidayati, T. (2023). The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image. *International Journal of Finance, Economics and Business*, 2(1), 44–60. <https://doi.org/10.56225/ijfeb.v2i1.170>
- Situmeang, R. R., Winata, S., dan Cen, F. (2020). The Influence of Customer Motivation, Personal Selling and Product Quality on Purchasing Decisions of King Crab brand rice at PT Bendy Jaya Mandiri Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 637–644.
- Situmeang, R. R., Winata, S., dan Felix. (2020). Pengaruh Motivasi Pelanggan , Personal Selling Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(3), 637–644.
- Solihin, D., Ahyani, A., dan Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270.
- Sri Sandro, N. R. (2023). The Influence of Product Quality and Price on Samsung Smartphone Customer Satisfaction. *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.47353/ecbis.v1i2.9>
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Tamon, N. P., Manoppo, W. S., dan Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem. *Productivity*, 2(4), 309–314.
- Warsaa, Y. W. S., dan Kabelen, N. W. (2023). Analisis Visual Penerapan Brand Equity Pada Video City Merek" Shining Batu". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 7(01), 19–32.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., dan Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di

semarang. *Solusi*, 21(1), 423–432.

- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., dan Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., dan Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515.