

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Grafindo Persada.
- Amilia, S., & Nasution, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Manajemen dan Keuangan*, 6, 660-668.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, 4, 33-40.
- Brahim, M., & Eli, N. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI semester 2. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Darmansyah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1, 19.
- Daryanto. (2021). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Deisy, J. L., & Mandagie, Y. (2018, September). Analisa Citra Merek, Harga, Produk dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai-Gerai Seluler di IT Center Manado. *EMBA*, 6, 2288-2297.
- Diana, F. T. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fathin, A. C., & Erasashanti, Y. F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Persepsi harga Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna SIM CARD Telkomsel di Jabodetabek). *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis*, 5, 202.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4, 176-185.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hossain, E. (2007). An Evaluation of Brands Image, Product Attributes and Perceived Quality of a Selected Consumer Non Durable Product. *Administration Management Review*, 19 No.2.
- Irawan, H. (2014). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. K. (2016). *Manajemenn Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, F. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56, 225.

- Mico, S. (2020). *Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Perguruan Tinggi: Perspektif Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Montung, S. P., & Adare, D. J. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 678-689.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Prakoso, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi Di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), Vol. 6 No. 1, Maret 2020*, 1.
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2015). *Strategi Promosi Yang Kreatif. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sa'adah, L. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis, Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). (ISSN: 2776-1177).
- Sangadji, E., & Mamang , S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Savitri, I. A. P. D, & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 10, 2018: 5748-5782*
- Schiffman , R., & Kanuk, G. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Sinaga, N. K. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Persepsi harga Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Global*, 1-11.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyanto, W. S. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Perusahaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Persepsi harga Pelanggan Pada Apotek "Dela" di Semarang. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Papers* (p. 223). Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Suryadi, E. A. (2021). *Penataan Produk (C3) Kompetensi Keahlian: Daring dan Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Susilo, D. (2021). *It's My MIAW: Marketing In A Week*. Bandung: Yrama Media.
- Tjiptono, F. C. (2013). *Strategi Pemasaran. Andi: Yogyakarta*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. C. (2020). *Pemasaran Strategik, Domain, Determinan, Dinamika*. . Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Tjiptono, F. C., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service, Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Mlalang: Madza Media.
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian, Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

