

Daftar Pustaka

- Abdhu, Y. (2022, februari 16). *deepublish*. Retrieved from *deeppublish*.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . alfabet.
- Amang, E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Andi offset.
- Amstrong, k. d. (2015). pengertian produk, kualitas produk. *proxists east*.
- Anang, F. M. (2019). pemasaran produk dan merek (planning dan strategy).
- Anik. (2019). Pengaruh Hidupknsutif dan kualitas produk . *Journal bisnis dan manajemen islam* .
- Anik, L. (2017). Penagruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kualitas Produk. *Jurnal bisnis dan manajemenne islam*, 0.
- Arifin, A. a. (2018). PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP. 89.
- Atje, R. S. (2021). Pengaruh Citra erek kualitas Produk dan Persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk surf. *emba*, 648-658.
- Azan. (2021). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pemeblian.
- Deisy, J. M. (2018). "Analisis Citra Merek, Harga Produk dan kualitas terhadap keputusan pembelian Handphonen pada seluruh gerai center manado . *Jurnal WMBA*, 4.
- DIKI. (2021). *indikasi Geografis* .
- Djamalullail, F. M. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Domino's Pizza Cabang Ciputat. *UINJKT*, 77.
- Dr. Saida Zainurossalamia.ZA, M. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*.
- Dr. Sandu Siyoto & M.Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing .

- Febriana, R. C. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Di kelurahan Paubaran Bogor . *Journa Economic us*, 78-89.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23. *edisi 8*.
- Handayani, M. T. (2009, oktober 08). *Forum Manajemn* . Denpasar: Sekolah tinggi ilmu manajemen Indonesia. Retrieved from EKRUT MEDIA.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Duta Media.
- Hutagalung, K. d. (2017). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen produk Air mineral . *Jurnal epigram* , 1.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan kepuasan Pelanggan* . Surabaya: Unitomo press.
- ITB. (2018). *Hak Kekayaan Inteleual* .
- Kadnuci, D. D. (2020). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen . *jurnal epigram* , 1.
- Kahrisma, D. K. (2020). pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk air mineak . *journal ekonomika dan bisnis* , 1-12.
- Kalsum, S. U. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada minumanan Boba brown . *Jurnal EKonom* .
- Kotler, P. K. (2016, 06 5). *Marketing Manageement edisi ketiga* . New Jersey : Paerson Prectince . Retrieved from gramedia blog.
- Kurniawan, B. (2022, Januari 17). *Komerce* . Retrieved from Kmerce .
- kustanto, K. a. (2022). pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian HP NOKia. *jurnal sinarmnajaemen*.
- Lestari, A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup KONsumtif dan Kualitas Produk . *Jurna Bisnis dan Manajemen* , 9.

- Lihin, H. A. (2018). Pengaruh citra merek nharga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk air mineral . *jurnal dariative*, 69-80.
- Mastah. (2022, Mei 28). *Merek (brand) definiisis, sejarah jenis , tujuan , kriteria*.
- Meithiana, I. (2019, Mei 30). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo. Retrieved from KajianPustaka.com.
- Migunanji, A. (2021). *Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- N. Kasanti, A. W. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. jakarta.
- Nasrudin, A. (7 april 2022). Citra merek ,arti ,contoh pentingnya dan cara memnbangunnya .
- Nikolaus, D. (2019). *Metedodologi Penelitian Kuantitatif*. Cv.budi utama .
- Pamungkas, A. (2022, agustus 8). *Majoo*. Retrieved from majoo.
- Paputungan, p. r. (2018). *pengaruh promosi dan word mounth terhadap keputusan pembelian*. manado: Pustaka Setia.
- Phalawan, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas pleyanan terhadap peningkatan Kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (pdam) Makassar. *Journal of bisnis*, 2.
- Ranti, F. W. (2020). pengaruh kualitas produk harga dan citra merek terhdap keputusan pebelian. *journal econumicus*, 78-89.
- RIsanty, R. D. (2017). pembuatan Aplikasi KUisoner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram Pada fakultas Teknik Universitas Muhadiyah jakarta . 1-9.
- Sangjadi, S. D. (2013). *perilaku pendekatan praktis disertai himpunana jurnal penelitian* . yoyakarta : addi offest.
- Shabrina, D. I. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Richeese Factory. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 7.
- Shania, N. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Harga Dan Promosi terhadap keputusan Pembelian Air Mineral . *Management An enterprenuereship Journal*, 188-198.

- Siagian, B. (2021). *Pelindungan Hukum Atas Potensi Indikasi Geografis Di Kabupaten Tapanuli Utara*.
- Sompa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji Di kota Palembang .
- Sugiyono. (2019). *metodologi penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabta.
- Supangkat, H. A. (2017). "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap keputusan pembelian . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 9.
- Susanti. (2018). "Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan Mahasiswa. 2.
- Syariful, A. M. (2015). pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. 9.
- Tjipono, F. (2020). *Starategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Triyono, W. &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish .
- Tumbel, A. L. (2019). Pengaruh Citra Merek Kualitas produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Surf di Manado . *Jurna EMBA* , 648-658 .
- Wahyudin, R. s. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* . ponorogo : Myria Publisher .
- Yospita, Y. (2020). "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen* .