

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136. doi:10.36778/jesya.v4i1.277
- Astuti, D., & Noviyanti, D. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian: Minat Konsumen, Harga dan Kualitas Produk (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 534-545. doi:10.31933/jimt.v3i5.1001
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 204-219. doi:10.53695/ja.v2i2.154
- Aziz, N. (2019, March 11). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*. Retrieved from OSF Preprints: <https://osf.io/w6dt5>
- Badarudin, N., Tumbuan, W., & Ogi, I. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Suasana Toko, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Paragon Mart Kabupaten Kepulauan Sangehe. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 313-322. doi:10.35794/emba.v9i3.34720
- Baidowi, M. (2021). Pengaruh Strategi E-Marketing dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Kompetitif*, 10(1), 29-36. doi:10.52333%2Fkompetitif.v10i1.751
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58-66. doi:10.37932/j.e.v10i1.27
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., . . . Dewanthi, D. S. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Evanirosa, Bagenda, C., Hasnawati, Annova, F., Azizah, K., Nursaeni, . . . Adnan, M. (2022). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Faroh, W., & Junaidi, D. (2019). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok 2018. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 111-120. doi:10.32493/jpkpk.v2i3.2833
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 176-188. doi:10.31955/mea.v4i1.270
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2019, February 3). *Pengaruh Bauran Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang*. doi:10.31227/osf.io/npjqh
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja di Palembang pada PT Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 79-94. doi:10.35908/jeg.v3i2.477
- Hasibuan, M. S., Aritonang, E. Y., & Nasution, E. (2013). Gambaran Perilaku Konsumen Susu pada Siswa SMP Ar-Rahman Medan Tahun 2012. *Gizi, Kesehatan Reproduksi dan Epidemiologi*, 2(3). Retrieved from <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1424530&val=4108&title=GAMBARAN%20PERILAKU%20KONSUMSI%20SUSU%20PADA%20SISWA%20SMP%20AR-RAHMAN%20MEDAN%20TAHUN%202012>
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166. Retrieved from <http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/21>
- Huda, N., & Nurchayati, N. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek ke Yamaha NMAX di Semarang Selatan. *Serat Acitya*, 7(1), 118. doi:10.56444/sa.v7i1.714
- Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi

- pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 86-96. doi:10.35797/jab.v6.i002.%25p
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42. doi:10.37403/mjm.v6i1.143
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, A. P. (2017). *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta: ANDI.
- Ismail, A., & Ngatikoh, S. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Roti Mawarid di Pondok Pesantren Roudlotul, Ulum Desa Karangtanjung, Alian, Kebumen. *Jurnal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 1(1), 39-54. Retrieved from <http://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/view/544>
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung). *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15. Retrieved from <http://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/30>
- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Minuman Boba Brown Sugar Gar_Fresh. *Ekomen*, 21(1), 58-68. Retrieved from <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/428>
- Kasanti, N., Wijaya, A., & Suandry. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 04(01), 43-51. Retrieved from <https://journal.uin.ac.id/ajie/article/view/12470>
- Kaunaini, D. A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk di Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2549-2557. doi:10.37385/msej.v3i4.956
- Kusumawati, N., Aditya, D., & Rianto, J. (2020). Pengaruh Harga, Kemasan, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Ultra Milk: Studi pada Karyawan Uni Charm Mojokerto Factory. *AGRIMAS*, 4(1), 34-45. Retrieved from <https://journal.unimas.ac.id/index.php/agri/>
- Ledy, D. S., Haryono, D., & Situmorang, S. (2019). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dan Strategi Pengembangan (Studi Kasus pada Agroindustri Kopi Bubuk Cap Intan di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 7(1), 52-59. doi:10.23960/jiia.v7i1.3331

- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31. doi:10.15642/manova.v3i2.301
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58. Retrieved from <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/article/view/453>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1-11. doi:10.30596%2Fjimb.v16i2.949
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen serta Impikasinya pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34-44. doi:10.24176/bmaj.v2i2.4075
- Manoy, T., Mananeke, L., & Jorie, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 314-323. doi:10.35794/emba.v9i4.36231
- Marheiningsih, & Amirulmukminin. (2020). Pengaruh Variasi Produk dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Ilo Peta Kota Bima. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(3), 280-285. doi:10.58258/jisip.v4i3.1184
- Marpaung, F. K., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie pada PT. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49-64. Retrieved from <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134/0>
- Meme, R., & Byre, R. O. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli Konsumen Roxy Swalayan Ende. *ANALISIS*, 10(2), 1-13. doi:10.37478/als.v10i2.686
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musfirah, Burhan, I., Afifah, N., & Sari, S. N. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.

- Ngatno. (2015). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Bisnis*. Semarang: Lembaga Pengembangan Dan Penjaminan Mutu Pendidikan Universitas Diponegoro Semarang.
- Pane, D. N. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro (Studi Kasus Konsumen Alfamart Cabang Ayahanda). *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 13-25. Retrieved from <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/189>
- Puspasari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 104-112. doi:10.56127/jaman.v2i1.217
- Rombon, V. F., Pelleng, F. A., & Mukuan, D. D. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Toko Bahtera Cell It Center Kota Manado. *Productivity*, 2(3), 187-191. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34485>
- Rozi, I., & Khuzaini, K. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5), 1-20. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4017>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV Sah Media.
- Sari, M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas di Kota Surabaya. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 851-858. doi:10.37676/ekombis.v10i2.2663
- Sari, O. H., Halim, F., Tanjung, R., Permadi, L. A., Prasetyo, A., Hasnidar, . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Pertama ed.). Jakarta: Kencana (Prenada Media Group).
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450-457. doi:10.30998/jabe.v7i4.10038
- Syafriliani, N., Wulandari, S., & Harahap, M. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Javana di OKE Swalayan Tg. Morawa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan (JIMK)*, 2(1), 173-184. Retrieved from <https://www.jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index>

- Tarigan, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola pada PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 9(2), 127-143. Retrieved from <https://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/global/article/view/1006>
- Triadinda, D., Tingga, C., Hildayanti, S., Mardiatmi, B., Kusnadi, I., Listyawati, L., . . . Herawati, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Perilaku Konsumen)*. (Hartini, Ed.) Bandung: Media Sains Indonesia. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=3QaMEAAAQBAJ>
- Tua, G., & Andariyani, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140-154. doi:10.56127/jukim.v1i04.266
- Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Giyomi Melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702-708. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/287306694.pdf>
- Utomo, Y. T., & Salsabila, A. (2021). Pengaruh Promosi, Produk, dan Event Terhadap Keputusan Beli Konsumen Islamic Book Fair Syakaa Organizer. *VALUTA*, 7(1), 27-36. Retrieved from <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/6822>
- Wahyuningsih, D. W. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Motor Yamaha N-Max di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 407-414. doi:10.29040/jie.v3i02.627
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM)*, 4(1), 39-50. doi:10.52160/ejmm.v4i1.321
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wijaya, A., Fathurrohman, Y. E., Sisca, Mathory, E. A., Ernanda, R., Purnomo, Y. J., . . . Hendra. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Wijayasari, N., & Mahfudz, M. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1-9. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20945>