

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2021). *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran disusun sesuai rencana pembelajaran semester*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Anam, M. S., Rosia, R., Nadila, D. L., & Anindita, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merk Citra (Studi kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 120-136.
- Apriani, S., & Bahrun, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 14-25.
- Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Astuti, N. F. (2021, 04 29). *Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli, Berikut Strategi dan Fungsinya*. Retrieved 11 14, 2022, from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-berikut-strategi-dan-fungsinya-klm.html>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhila, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 186.
- 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, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gischa, S. (2020, 01 24). *Harga : Konsep, Tujuan dan Metode Penetapannya* . Retrieved from Kompas.com: <https://amp.kompas.com/skola/read/2020/01/24/160000069/harga-konsep-tujuan-dan-metode-penetapannya>
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen NPK Mutiara di UD.Barelang Tani Jaya Batam. *Jurnal Ecobisma*, 50.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jakarta: Duta Media.
- Index, T. B. (2022, 11 11). *Top Brand Index Teh Pucuk*. Retrieved from topbrand-award.com: https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=Teh%20Pucuk

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 9.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lomban, A. E., Tumbel, A. L., & Wenas, R. S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Planet Surf di Manado Town Square . *Jurnal EMBA*, 655-657.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 23.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Mauliyani, E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks di Apotek Kimia Farma Ayip Usman Kota Serang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 170.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 73.
- Migunanji, A. (2021). *Keunggulan Kompetitif UMKM Naik Kelas*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 193.
- Naim, M. R. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Qiara Media.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pandia, R. M., Kadunci, & Hutagalung, D. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral Aqua. *Epigram*, 74-75.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Jurnal Kinerja*, 17.
- Puspita, Y. D., Pangestu, J. D., Dwi, G., Kurniawati, R., Setyorini, D., & Nur, E. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 2*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 126.

- Rahastine, M. P. (2018). Analisa Makna Desain Kemasan Pada Produk Teh Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 72.
- Sangadji, E. M., & Sophia. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, W. H., & Febriana, R. C. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan merek Aqua di Kelurahan Pabuaran Bogor. *Economicus*, 87-88.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Anak hebat Indonesia.
- Supangkat, H. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9.
- Supardi, S., & Surahman. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Timur: CV Transinfp Media.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: ANDI.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL