

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Afrianti, F., & Oktawahyudi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pipa Merek Trilliun pada Toko Fria Bangunan Hiang Kabupaten Kerinci. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 152–166. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.528>
- Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *Seiko : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Alimin, E. (2022). *Manajemen Pemasaran (kajian pengantar di era bisnis modern)* (A. Bairizky (ed.); 1st ed.). Seval Literindo Kreasi. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/jyv4eaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=manajemen+pemasaran+adalah&printsec=frontcover
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1* (1st ed.). Airlangga University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_Edisi1/tq0dwaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+hipotesis&pg=PA43&printsec=frontcover
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amdk Summit. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Arfah, Y. (2020). *Keputusan Pembelian Produk* (1st ed.). PT.Inovasi Pratama Internasional. https://www.google.co.id/books/edition/Keputusan_Pembelian_Produk/nTxleaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=keputusan+pembelian+adalah&pg=PA6&printsec=frontcover
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasition (ed.)). PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Basri, A., Ernawati, F. Y., & Heridiansyah, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Merk Toa Pada Cv. Anugerah Pratama Semarang. *jurnal capital : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–36. <https://doi.org/10.33747/capital.v3i2.118>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Fardani Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, F. E., Istiqomah, R. R., & Asri, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). The Influence of Brand Image, Promotion, Price, and Service Quality on Purchase Decisions (Shopee Application Users). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–133.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Prooduk dan Merek: Planing& Strategy*. Penerbit Qiara Media.
https://books.google.co.id/books/about/Pemasaran_Produk_Dan_Merek.html?id=fihheaaq baj&redir_esc=y
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23*. Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (I)*. unitomo press.
https://www.google.co.id/books/edition/pemasaran_dan_kepuasan_pelanggan/pyfcdwaaqba j?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+pengertian+pemasaran&printsec=frontcover
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. nem.
https://www.google.co.id/books/edition/faktor_faktor_pengambilan_keputusan_pemb/lzww eaaaqbaj?hl=id&gbpv=0
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Marketing (15th ed.)*. Pearson.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=ubfwtweac aaj&redir_esc=y
- Kusnanto, D. (2023). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik Mencapai Target (P. Sahuri (ed.); 1st ed.)*. CV. Adanu Abimata.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Teori_dan_Praktik_Me/W ya3eaaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=buku+manajemen+penulis+Danang&pg=PR2&printsec=frontcover
- Liswati. (2018). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Teknik Komputer Jaringan SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana indonesia.
https://books.google.co.id/books/about/Produk_Kreatif_dan_Kewirausahaan_Teknik.html?id=b2oyeaaaqbaj&redir_esc=y
- M.Herujito, Y. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Grasindo.
https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Dasar_Manajemen/5a6qkl5nphqc?hl=id&gbpv=0
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi. *J.J. Rotinsulu 314 Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.
- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek (suatu pengantar) (E. Setiawan (ed.); p. 136)*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/562996-produk-dan-merek-suatu-pengantar-8ec6d20a.pdf>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. Jakad Media Publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Pendidikan_Konsep_Sampling_da/hknw dwaqbaj?hl=id&gbpv=0

- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>
- Novriyadi. (2024). *Harga Cat Tembok Rumah 2024*. Lamudi. https://www.lamudi.co.id/journal/harga-cat-tembok-rumah-terlengkap-dan-termurah/#google_vignette
- Nurhayati. (2023). *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen* (1st ed.). NEM. https://books.google.co.id/books/about/Keputusan_Pembelian_dan_Kepuasan_Konsume.html?id=3vlseaaqbaj&redir_esc=y
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Management). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Rahmawati, F. M., Manajemen, P. S., & Maulana, T. (2024). *Economics and Digital Business Review Apakah Kualitas Produk , Harga , dan Suasana Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Pada : Coffee Shop Geraimu Universitas ‘ Aisiyah Yogyakarta)*. 5(2), 521–528.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy (ed.)). Cipta Media Nusantara (CMN). https://www.google.co.id/books/edition/metode_penelitian/ntw_eaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=metode+penelitian+adalah&printsec=frontcover
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Intregated Marketing Communication* (A. Purwarta (ed.); 1st ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Promosi_yang_Kreatif_dan_Analis/q5rndwaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+bauran+pemasaran&printsec=frontcover
- Rifkhy, L. U. (2023). *Srategi Nippon Paint Pertahankan Harga*. neraca (Harian Ekonomi). <https://www.neraca.co.id/article/64526/strategi-nippon-paint-pertahankan-pasar>
- Riyadi, S. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Zifatama Jawara. https://books.google.co.id/books/about/Akuntansi_Manajemen.html?id=roe9dwaaqbaj&redir_esc=y
- Riyoko, S. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*. CV makrumi. <https://www.scribd.com/document/673634532/Ebook-buku-Dasar-Pemasaran>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Manajemen Edisi Kesepuluh* (Suryadi (ed.)). Erlangga. www.erlangga.co.id
- Salid, M. Y. S. M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). cv sah media. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Strategi_Pemasaran/pZudwaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+pengertian+pemasaran&printsec=frontcover
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (A. Manshur (ed.); 1st ed.). UB Press. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/5oizdwaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+pengertian+manajemen+pemasaran&printsec=frontcover
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.

- Soesanto, H. (2019). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Merek)* (1st ed.). cv sah media. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Perspektif_Kepuasan/Jbgu eqaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+harga+adalah&pg=PA121&printsec=frontcover
- Solihin, I. (2017). *Pengantar Manajemen* (Novietha (ed.)). Erlangga. www.erlangga.co.id
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi. https://books.google.co.id/books/about/Manajemen_Pemasaran.html?id=Z-fwdwaaqbaj&redir_esc=y
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (M. Mega (ed.)). GAPS (Center For Academic Publishing Service). [https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran/ze29eaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=\(Sudarso,+dkk,+2020&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Pemasaran/ze29eaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=(Sudarso,+dkk,+2020&printsec=frontcover)
- Suprpto, R. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran* (Ahmad (ed.); 1st ed.). Myria Publisher. https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran/uhbjdwaaqbaj?hl=id&gbpv=1&dq=buku+tentang+pemasaran+yang+membuat+keputusan+pembelian&printsec=frontcover
- Sutiah. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran* (1st ed.). NLC. https://books.google.co.id/books/about/Teori_Belajar_Dan_Pembelajaran.html?id=FpPsDwaaqbaj&redir_esc=y
- Syam, S., Launtu, A., Themba, O. S., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., & Makassar, E. (2024). *Apakah Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Berpengaruh*. 4(3), 943–962. <https://doi.org/10.53363/buss.v4i3.290>
- Taufik. (2021). *Pengendalian Kualitas Produk Perlengkapan Kamar Mandi Menggunakan Metode dmaic*. Pascal Books. https://books.google.co.id/books/about/Pengendalian_Kualitas_Produk_Perlengkapan.Html?Id=3frzeaaqbaj&redir_esc=y
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2018). *Pemasaran Strategi* (D. Prabantini (ed.)). CV. Andi Offset.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Yudhanto, Y., & Wijayanto, A. (2018). *Mudah Membuat dan Berbisnis Aplikasi Android dengan Android Studio*. Elex Media Komputindo. https://books.google.co.id/books/about/Mudah_Membuat_dan_Berbisnis_Aplikasi_And.html?id=98phdwaaqbaj&redir_esc=y
- Yulianto, A. (2023). *Kebutuhan Cat Di Indonesia Capai 1,1 Juta Per Tahun*. republika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rqxsp7396/kebutuhan-cat-di-indonesia-capai-11-juta-per-tahun>