

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Long Time* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Ariyanti, K., & Iriani, S.S. (2014). Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Bakry, U. S. (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. Deepublish.
- Devi, N. K. E. S., & Aksari, N. M. A. (2020). *Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Risiko Dan Sikap Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Makanan Cepat Saji* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghassani, Tiara. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Pt. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1-8
- Harwani, Y. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan (Consumer Purchasing Decisions on Fast Food Booth Based on Product Quality, Price Perception and Advertising). *Business Economic, Communication, and Social Sciences*, 2(3), 285–291.
- Khayah, B. Z., Marpaung, N. N., Program, M., Manajemen, S., Tinggi, S., & Tribuana, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten Bekasi). *JURNAL PARAMETER*, 7(1), 141–154.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, N. D. Pengaruh Persepsi Nilai, Persepsi Kegunaan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Halal Larissa Skin Care Solo Raya.

- Limoputro, K. R., & Waney, G. (2017). Pengaruh *Product Knowledge* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ngohiong Merek M&B. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(6), 707-716.
- Martadewi, V., Djoko Waluyo, H., & Prabawani, B. (2021). *Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)/28/adbis/2021* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science).
- Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(10), 41-50.
- Puspaningrum, S., & Walujo, H. D. (2021). *The influence of brand image and product knowledge on purchase decisions* (Study on Holland Bakery Pandanaran Semarang Consumers). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 168-173.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). The Influence Of Brand Image, And Product Quality On Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Rizky M, Arifin R, Hufron M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Riset Manajemen*.
- Solomon. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016a). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, G. E., & Setiobudi, A. (2023). Pengaruh *Perceived Price*, Kualitas Produk, Dan *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian Ricebowl Babibong. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 8(3), 269-280.
- Sweeney, J. Dan Soutar, G. (2001). *Consumer Perceived Value: The Development of A Multiple Item Scale*. *Journal of Retailing*, Vol.77
- Taqi, M. A. (2021). Pengaruh Estetika Iklan Instagram, *Perceived Value* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sayki. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. CV Andi Offset.