

DAFTAR PUSTAKA

- Al-arif, M.Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Suri. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6(1): 661-668.
- Ariani, D.W. 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Aulia, Nur A., S. Seno, dan B. Wijyantini. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks* 3(2) : 186-196.
- Dewi Lubis, D. I. dan Hidayat, Rahmat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* 5(1) : 16-17.
- Fahrezzy, R. S. dan Trenggana A. F. M. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun* 17(2): 175-177.
- Gaspersz, Vincent. 2008. *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasanah, Nurul. 2017. Persepsi Konsumen terhadap Produk Private Label Indomaret (Studi pada Indomaret Banjarmasin Kelurahan Benua Anyar). *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 3(2): 531-541.

Irana, Desy, D.L. dan Hidayat, Rahmat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* 5(1) : 15-24.

Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Mahanani, Estu. 2018. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *Jurnal Ikraith-Humaniora* 2(2) : 53-61.

Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nurhayati, Siti. 2017. Irawan, R. , Nawangsih, dan Bahtiar, Riza. 2019. Pengaruh Promosi, Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen* 2(1) : 122-123.

Pahlevi. 2019. Pengertian Harga Adalah, Fungsi, dan Tujuan Penetapan Harga. <https://www.pahlevi.net/pengertian-harga/>. 15 Oktober 2020 (13.37).

Pandensolang, J.D dan H. N. Tawas. 2015. Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca – Cola Pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA* 3(3) : 1113-1124.

Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung di Yogyakarta. *JBMA* 4(2) : 61-64.

- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Raharjo, Sahid. 2021. Uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS. <https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html>. 25 Januari 2021 (21.48).
- Rizan, Mohamad., Handayani, K.L., dan Kresnamurti RP, A. 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6(1): 459-463.
- Sulthan, Rifqi F. dan Ferlina, Arlin, M.T. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun* 17 (2) : 174-183.
- Supangkat, A. H. dan Supriyatin. 2017. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tad di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(9): 15-19.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.