

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pemelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 660-669.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Fauzi, R. U. (2017). Pengaruh Harga dan Free Wi-Fi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Angkringan di Kecamatan Keras Kabupaten Magetan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Fure, f., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado. *Jurnal EMBA*, 367-377.
- Handoko, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37-43.
- Immawati, S. A., Tati, E. L., & Budi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hijab yang di Produksi PT. Hijab Aulia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 117-135.
- Indah, P. M. (2021). Pengaruh Word Of Mouth (WHO) dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Motor Bekas (Studi Kasus Konsumen Lapak Motor Pasar Batang Brebes, Jawa Tengah). *Ekonomi Syariah*.

- Jariyah, I. A., & Tyastirin, E. (2020). Proses dan Kendala Pembelajaran Biologi di Masa Pandemi Covid-19 Analisis Respon Mahasiswa. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmu Pendidikan*, 183-196.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Mardiasmo. (2003). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Cv. Mandar Maju.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas. *Jurnal ISBN*, 978-979.
- Sitohang, D. R. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet Smartfreen pada Mahasiswa/i Universitas HKBP Nonmensen Medan. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Supriadi, A., & Uhing, Y. (2014). Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential di Kota Manado. *Jurnal Manajemen*, 1192-1202.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Thahjaningsih, E., & Yulianti, M. (2009). Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek Hp Nokia. *Jurnal Ekonomi*, 104-118.