# DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson.

Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas’adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, *1*(4), 464. https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13383

Fadhilah, M., Dwi Cahya, A., Melania, C., & 3, T. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *24*(3), 607–617. https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336

Kapirossi. (2023). The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Purchasing Decisions. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *7*(1), 66.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing: An Introduction* (15th ed.). Harlow : Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018a). *EBOOK : Principles of Marketing, 17th Edition* (17th ed.). Harlow : Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018b). *Principles of Marketing* (Harlow (ed.); 17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management* (global edition (ed.); 15th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, L. K. (2017). *MARKETING MANAGEMENT* (15th ed.). Pearson Education.

Latan, H., & Ghozali, I. (2020). *Partial Least Squares: Konsep Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Press.

Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 542–550.

Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *3*(3), 649. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13137

Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *9*(1), 878–886.

Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, *8*(2), 99–102. https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D* (2nd ed.). Bandung : Alfabeta, 2019.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif* (3rd ed.). ALFABETA.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, *9*(2), 113–123. https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663

Tjiptono, F. (2019a). *Pemasaran jasa : prinsip, penerapan, dan penelitian* (A. Diana (ed.)). Andi.

Tjiptono, F. (2019b). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi.