

DAFTAR PUSTAKA

- AA. Gede Mahendra Kusuma. (2018). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 7.7, 7, 1835.
- Aini, N. (2020). Analisis implementasi competitive strategy usaha kecil menengah (ukm) dalam perspektif etika bisnis islam pada fajar jaya group sidoarjo. *Endocrine*, 9(May), 6.
- Amarul, F. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(2), 1–11.
- Arselliye, A. (2021). *Pengaruh Branding Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Dapoer Roa Dengan Exposure Sebagai Intervening (Doctoral dissertation, STIE Malangkececwara)*. 1–64.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang. In <http://repositori.unsil.ac.id/1036/6/BAB%20II.pdf> (Vol. 3, pp. 103–111).
- Christine Suharto Cenadi. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, 2(2), 92–103.
- Deniarni, L., & Lisnawati, L. (2016). Analisis Persepsi Virtual Brand Community Terhadap Kinerja Ekuitas Merek Disposable Diaper Merek Sweety (Survei Pada Anggota Fan Page Facebook Bunda Cermat). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 160–175. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2285>
- Desyani, E., Wahyuningsih, W., & Ponirin, P. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Motor Merek Yamaha Nmax Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 2(3), 229–240. <https://doi.org/10.22487/jimut.v2i3.60>
- Hanafi, M. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Siswa Memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). In *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Siswa Memilih Pondok Pesantren Al-Munawwarah Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*. (Vol. 3, pp. 103–111).
- HANDAYANI, V. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Konsumen Di Outlet Pizza Hut Delivery Delta Sari Waru, Sidoarjo*.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>

- Indrasari,. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis.
- Juliansyah Noor. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=AVyEY48AAAAJ&citation_for_view=AVyEY48AAAAJ:YsMSGLbcyi4C
- Junaidi, J. S., & Meirisa, F. (2021). *Pengaruh Promosi , Harga , Word Of Mouth , Dan Layout Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Diamond Kota Palembang*. 3(1), 22–36.
- M Indrasari. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *books.google.com*.
- Maryanti, P. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Cv Guna Motor I Bogor. *Jurnal Manajemen*, 1–10.
- Mawu, I. P. P., Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2016). Analisis Pengaruh Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kapabilitas Pemasaran dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Wirausaha Industri Rumah Kayu Kota Tomohon). *Jurnal EMBA*, 4(3), 173–183.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(2014), 1–15.
- Ninla Elmawati Falabiba, Anggaran, W., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B. ., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., Li, Y., & Chen, X. (2014 : 183-264).
- Nugroho, S., Pujotom, D., & Ulkhaq, M. M. (2017). Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan. *Performa*, 16(1), 77–86.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.
- Prihatna, R. A. (2019). *Pengaruh brand image , promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen keramik centro di cv. tanjung*.
- Rahmawati, I. A. (2016). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Handphone Samsung di FE Seroja Unissula Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi UNISSULA).
- Resmi, n., & wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1–20. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i1.3335>
- Restuti, S., Sulistyowati, L., & Setiawan, B. (2015). Pengaruh Brand Image Dan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Es Krim Wallâs Di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 2(1), 1–15.

- Rizal andi, (2019). *Pengaruh brand image, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian* (studi kasus pada konsumen keramik Centro di CV. Tanjung Emas) Semarang.
- Semarak, J., Tilova, N., & Semarak, J. (2021). *Meninjau Loyalitas Nasabah Melalui Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Agen Brilink (Survey Pada Agen Brilink Bri Kantor Cabang Kemayoran).* 4(3), 78–92.
- Setyaningrum, C. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kemasan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Aulia Jaya Bakery & Cookies Di Desa Lembah, Babadan, Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Muha. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *None*, 5(7), 248538.
- Suroto, K. S., dkk. (2012). Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Formula Anak (Balita) di Kota Malang. *BUANA SAINS*, 12(2), 79-84.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 4(3), 1-28.
- Suwarto, S. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Label BPOM Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 505-520.
- Tjiptodjojo Kartika Imasari. (2012). Odd Price: Harga, Psikologi Dan Perilaku Konsumen Dalam Purchase Decision Making. *Manajemen*, 11(2), 141–150.
- Virenabia, C., & Oktafani, F. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth sebagai Media Promosi Terhadap Minat Beli followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Journal Marketing Communication*, 5(1), 1000–1009