

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 2018. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Spektrum.
- Abi Mantara, M., Luh Wayan Sayang Telagawathi, N., Nyoman Yulianthini, N., & Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Bali, F. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI BUKALAPAK PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA (Vol. 2, Issue 1).
- Abidin, Z., & Subroto, A. (2023). The Effect of Perceived Quality, Perceived Value, Brand Preference, and Customer Satisfaction on ERP Implementation in Construction Services. 4(5). <https://doi.org/10.35877/454RI.qems1891>
- Aldi Setya Abikara, A. U. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CHIKIWINGS FOOD BATU. Jurnal Aplikasi Bisnis Volume:8 Nomor:1, Juni 2022 E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741.
- Alifabriyan Siska Almenia Affenti, D. Z. (2023). PENGARUH FITUR PRODUK DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SMARTPHONE MEREK APPLE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang. JIAGABI ISSN 2302 – 7150 Vol. 12, No. 1, Mei 2023, hal 241 - 255.
- Aminah, K., Hermawan, W., & Budiana, D. (2022). Product Purchasing Decisions as a Result of Product Innovation and Sales Promotion. Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 6(1), 144–158. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1821>
- Andrilia Safira, S. A. (2023). Pengaruh Customer Experience, Kepercayaan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Hodai All You Can Eat. e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma Vol. 12. No. 02.
- Annisa Budiansari, S. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan, Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan. JIPKES Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan Vol. 2 No. 1 E-ISSN 2745-7524.
- Anton Yuliansyah, T. D. (2019). PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION J-KLIN BEAUTY JEMBER. COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting Volume 2 Nomor 2, Juni 2019 e-ISSN : 2597-5234 <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.560>.

- Anwar, A. F., Darpito, S. H., & Nurrohim, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Perceived Price terhadap Niat Beli Survei Pada Generasi Muda Calon Konsumen Produk Thrift di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(2), 327–336. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1422>
- Anwar, S., & Mujito. (2021). Syaiful Anwar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202.
- Apriya Santi, S. M. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA GORIDE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI) UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI BANJARMASIN. *JIEB : JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS* Jilid 7 Nomor 2 Juli 2021 Hal 224 - 231 ISSN ONLINE 2615-2134.
- Ariadi, A., Yusniar, M. W., & Rifani, A. (n.d.). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY, PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Konsumen Sepeda Motor Matic Honda Scoopy Pada Dealer Honda Di Kota Banjarmasin). www.semisenana.com
- Arief Darmawan, B. P. (2020). PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN CICIL.CO.ID DI KOTA SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 2.
- Asnawi, Anita. "Sikap dan Persepsi Mahasiswa di Surabaya terhadap Keputusan Pembelian secara Online." *Eqien*, vol. 9, no. 1, 2022, doi:10.34308/eqien.v9i1.332.
- Auditia Setiobudi, C. S. (2021). PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN, KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KESEDIAAN UNTUK MEMBAYAR. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika JBMI* Vol. 17 No. 3 Februari 2021.
- Ayu Fitrianiingsi, E. R. (2023). ANALISIS LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO LARIS DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS* Vol. 2, No. 5, Mei 2023 : 925-943.
- Baeti Sarif Hidayatullah, L. H. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Makanan Jajan Sushi. *Proceeding Mercu Buana Conference on Industrial Engineering* Vol. 6 July 2024, 75-82 | e-ISSN: 2988-4284.

Barker, et al . 2002. Reserch Methods In Clinical Psychology. John Wiley & Sons Ltd. England.

Bethari Shakuntala, G. R. (2023). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA COMMUNICATION ON PURCHASE INTENTION AND PURCHASE DECISION THROUGH BRAND EQUITY IN MIXUE INDONESIA. International Journal of Professional Business Review ISSN:2525-3654.

Bheben Oscar, H. U. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KIBLAT PENGUSAHA INDONESIA. Jurnal Bisnis dan Pemasaran ISSN : 2087-3077 Volume 9, Nomor 2, September 2019.

Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen, J. (n.d.). ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE and its IMPACT on CUSTOMER BRAND PREFERENCE and FUTURE PURCHASE INTENTION (A Case Study of 7-eleven Convenience Store in Indonesia). <http://jurnal.utu.ac.id/jbkan>

Bisnis, J., Bip', P. (, Khohar, N. E., & Budi Hermanto, Y. (n.d.). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PRICE SENSITIVITY, DAN STORE IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION. <http://jurnal.ukdc.ac.id/index.php/BIP>

Bohdan Gumilang, P., & Listyorini, S. (2022). PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN BRAND EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO (Studi pada Yamaha Flagship Shop (FSS) Kota Semarang). In Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (Vol. 11, Issue 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Brawijaya, U., & Dr, M. (n.d.). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PRICE PERCEPTION, DAN BRAND IMAGE TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Studi Pada Pengguna Produk Olahraga Merek Specs di Kota Malang).

Chenggang Wang, T. L. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. Heliyon, Volume 9, Issue 11, ISSN 2405-8440, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>.

Cindi Alichia Munthe, M. D. (2024). Analisis Pengaruh Product Knowledge terhadap Perilaku Konsumen. Jurnal Pendidikan Tambusai ISSN: 2614-3097(online) Volume 8 Nomor 1 Tahun 2024.

Daryoko, P. H. (2020). PENGARUH MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI. Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, dan Manajemen TRI BISNIS, Vol 2, No 2, 2020.

- Dawam, K., & Shihab, S. (n.d.). Pengaruh Perceived Value dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Elektronik. 13(1).
- Dayinta Tiara Kusuma, H. U. (2020). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN VENICE PURE AESTHETIC CLINIC SALATIGA. Jurnal Among Makarti Vol.13 No.2 – Tahun 2020.
- Dedek Kurniawan Gultom, M. A. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen e-ISSN 2623-2634 Volume 3, Nomor 2 , September 2020 <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGGIO>.
- Dharma Arya Pamungkas, D. (2023). The Influence of Perceived Value and Product Involvement Towards Purchase Intention Mediated by Attitude. Journal of World Science, 2(7), 989–997. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i7.312>
- Dini Arista Patricia, W. (2020). PENGARUH COUNTRY OF IMAGEDAN PERCEIVED VALUETERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TONY MOLY MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. IV.
- Dwi Cahyani, P., Welsa, H., & Kristanto Aji, G. (n.d.). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING, PERCEIVED QUALITY ON BRAND LOYALTY, WITH BRAND TRUST AS INTERVENING VARIABLES (Study on Tokopedia E-commerce in Yogyakarta). Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal, 6, 2022. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Dyah Ayu Puspitasari, F. I. (2018). ANALISIS PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED VALUE, DAN PERCEIVED RISK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 7, Nomor 4 ISSN (Online): 2337-3792.
- Ekombis Review -Jurnal, J., Ekonomi, I., Bisnis, D., Tinggi, S., & Bengkulu, I. A. (2023). Hubungan Minat Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Perumahan Grand Raya Korpri Residence Bengkulu Mulyadi. Jurnal Ekombis Review, 11(1), 915–922. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- EPILINUS HULU, Y. M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. INDOMARCO ADI PRIMA CABANG MEDAN STOK POINT NIAS KOTA

GUNUNGSITOLI. JURNAL ILMIAH SIMANTEK ISSN. 2550-0414 Vol. 6 No. 4 November 2022.

Erna Nur Faizah, A. L. (2023). KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN PADA TOKO ZEE THRIFT LAMONGAN. Jurnal Manajemen Dirgantara Vol. 16, No.2, Desember 2023 | 570 <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i02.1029>.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, A. G., & Kristen Petra, U. (n.d.). PENGARUH PERCEIVED QUALITY , PERCEIVED VALUE DAN BRAND PERSONALITY TERHADAP BRAND LOYALTY DARI PRODUK FASHION COTTON-ON DI SURABAYA.

Farid Zain Lutfi, M. B. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon (Studi pada Pengguna Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon di Kabupaten Kebumen). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4(4).

Fariz Irchamsyah Reza, U. S. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada MDA Collection. SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Volume 2 No 2 April 2024 e-ISSN: 3025-7948; p-ISSN: 3025-5910; Hal 285-303 DOI: <https://doi.org/10.61132/santri.v2i2.493>.

Febrino Putra Pratama, M. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia di Bandar Lampung. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 4(3) 2023: 2829-2844.

Felix Yohansyah, R. (2022). PENGARUH E-WOM DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE FOOD DENGAN MEDIASI KEPERCAYAAN. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan ISSN 2657-0025 Vol. 04, No. 01.

Fenny Novita Putri, R. S. (2023). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA PEKANBARU. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA Vol.2, No. 1.

Feri Wijayanti, R., Budiarti, L., & Yulistyawati Evelina, T. (n.d.). PENGARUH CONSUMER PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT PEMBELIAN SECARA ONLINE. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommer>

Firman Benny Partomuan S, R. H. (2020). PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED SACRIFICE. DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI TOKOPEDIA.

- Geo Vanny Maruli Tua, A. I. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN POMPA AIR SUBMERSIBLE DAB DECKER DI CV. CITRA NAULI ELECTRICSINDO PEKANBARU. JURNAL JUKIM Vol 1 No. 4 Juli 2022 | P-ISSN: 2829-0488 E-ISSN: 2829-0518, Halaman 140-154.
- Ghozali, Imam. (2016). Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gusdi, M. (2022). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA UANG ELEKTRONIK GO-PAY DI KOTA JAMBI. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu) Vol. 11 No. 04, Desember 2022 P-ISSN: 2252-8636, E-ISSN: 2685-9424.
- H Mokoagouw, A. J., Mangantar, M., Ch Lintong, D. A., Juan Henry Mokoagouw, A., & Mangantar, M. (2023a). THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PERCEIVED QUALITY ON PURCHASING DECISIONS IN USING GRAB SERVICES (CASE STUDY OF FEB UNSRAT MANADO STUDENTS). 290 Jurnal EMBA, 11(2), 290–300.
- Haque, M. G. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. BERLIAN MULTITAMA DI JAKARTA. E-MABIS: JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS Volume 21, Nomor 1, APRIL 2020 P-ISSN : 1412-968X E-ISSN : 2598-9405.
- Hidayat, T. (n.d.). PENGARUH PERSEPSI NILAI, HARGA DAN PROMOSI DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PASCA PANDEMI DI SUZUYA MALL TANJUNG MORAWA.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. The Electronic Journal of Business Research Methods, 6, 53-60.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (n.d.). PARETO : Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis.
- Husin, H., Hermawati, A., Purbaningsih, Y., Susriyanti, S., Fettry, S., & Ali, S. (2023). ROLE OF PERCEIVED VALUE ON CUSTOM-ER LOYALTY

THROUGH OPTIMIZATION OF SERVICE QUALITY AND INNOVATION. Jurnal Aplikasi Manajemen, 21(2). <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.02.03>

- Idzhar Daffaputra, A. F. (2023). Analisis Online Customer Review dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nouve Indonesia Pada Ecommerce Shopee. Volume 6 Issue 2 (2023) Pages 215 – 135 SEIKO : Journal of Management & Business ISSN : 2598-831X (Print) and ISSN : 2598-8301 (Online).
- Iliyas, D. A. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus Nikimi Mart Tebo). Jurnal Dinamika Manajemen Vol.9. No.2, Mei– September 2021 ISSN: 2338-123X (print); 2355-8148 (online).
- Imanudin. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. CITRA MAKMUR SEJAHTERA. JURNAL INDONESIA MEMBANGUN ISSN : 2579-8189 (media online) <https://jurnal.inaba.ac.id/> Vol. 20, No. 2.
- Jogi Morrison Simanjuntak, R. W. (2018). The Influence of Product Quality On Car Puchase Decision. International Conference on Business, Economic, Social Sciences and Humanities (ICOBEST 2018).
- Kadek Aria Satriawan, P. Y. (2020). The Role of Purchase Intention in Mediating The Effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Decision. International Research Journal of Management, IT & Social Sciences Vol. 7 No. 3 ISSN: 2395-7492.
- Kadek Geby Oktaviari, A. W. (2023). The Mediating Role of Purchase Intention on the Effect of Product Quality and Price Fairness on Purchasing Decisions. JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi) • 8 (2), 366-378.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management-4/E. New Jersey: Pearson Education
- Khairiyah, D., & Yunita, M. (2018). PENGARUH NILAI EMOSIONAL, NILAI SOSIAL, NILAI KUALITAS DAN NILAI FUNGSIONAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK TVS DI KOTA BENGKULU. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 6(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i2.606>
- Konuk, Faruk Anil. 2018. The Role of Store Image, Perceived Quality, Trust and Perceived Value in Predicting Consumers Purchase Intentions Towards Organic Private Label Food. Journal of Retailing and Consumer Services, 43. 304-310.

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. (2010) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016) *Marketing Management Global Edition*. 15e edn. Edited by Pearson Education. New York.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Krisna Ariyanto, A., Rahmawan, G., Ekonomi Manajemen, F., Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S., & Tengah, J. (n.d.). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Smartphone Merk Cina. 3(2), 117–127. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i2>
- Kurdi, B. Al, Alshurideh, M., Akour, I., Alzoubi, H. M., Obeidat, B., & Alhamad, A. (2022). The role of digital marketing channels on consumer buying decisions through eWOM in the Jordanian markets. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1175–1185. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.7.002>
- Labandingi Latoki, M. F. (2023). PENGARUH CUSTOMER VALUE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MANDIRI CABANG PASANGKAYU. *Jurnal Ekonomi Trend* Vol. 11 No. 02 Juli – Desember 2023 E-ISSN. 2722-6565.
- Laurensius Panji Ragatirta, E. T. (2020). PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* Vol 7, No 2 ISSN : 1979-2700.
- Lola Vitaloka, N. S. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN RAGAM PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO JURAGAN MODE KOTA BENGKULU. *Bima Journal – Bussiness Management and Accounting* Available online at : <http://journal.pdmbengkulu.org/index.php/bima> DOI: <https://doi.org/10.37638/bima.2.1.37-52>.
- Lucas, D.B., & Britt, S.H. (2018). *Advertising Psychology and Research*. Mc Graw-Hill, New York.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS

PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN).
3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

- Madhura, K., & Panakaje, Niyaz, (2022). Customer Perception in Relationship Between Social-Media and Purchasing Behavior of Fashion Products. *International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education (IJCSBE)*, 6(2), 67-98. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6979151>
- Mardiana, D., Sijabat, R., & Artikel, I. (2021). Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Mardikaningsih, R. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)* Vol 1, No 1, Agustus 2019 ISSN 2685-869X (media online).
- Merchelly Bonita Sari, U. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* ISSN: 2338-8412 e-ISSN : 2716-4411.
- Muinah Fadhillah, L. T. (2021). PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA EKSPEDISI POS INDONESIA. *Manajerial*, Vol. 20 No.2 Desember 2021, Hal – 242.
- Mulia, H. (2020). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STUDI KASUS PADA CV CEMILAN KUNIK GARUT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 No. 2 September 2020 P - ISSN : 2503-4413 E - ISSN : 2654-5837, Hal 29 - 37.
- Munanda Putri Rezeki, F. (2023). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH BRAND TRUST PADA PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 8, No. 4 E-ISSN: 2598-635X, P-ISSN: 2614-7696.
- N. P. R. D. Putri, N. Y. (2023). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PANAMENA COFFEE & EATERY. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 No. 2, Bulan Agustus Tahun 2023.
- Nainggolan, A. (2018). COMPETITIVE ADVANTAGE DAN UPAYA MENINGKATKAN LABA PERUSAHAAN. *Jurnal Manajemen* Volume 4 Nomor 1 (2018) p – ISSN : 2301-6256 <http://ejournal.lmiimedan.net>.

- Najoud S. ALHuwaishel, D. S.-M. (2018). THE IMPACT OF PERCEIVED VALUE, QUALITY, AND LOYALTY ON PURCHASE DECISION IN THE ACCESSORIES DEPARTMENT: STUDY ON SAUDI FEMALES. *British Journal of Marketing Studies* Vol.6, No.4, pp. 21-31, September 2018.
- Niswatussolihah, S., Karina Fawzee Sembiring, B., & Hiyanti Siregar, S. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Perceived Quality Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Parfum Local Brand Hmns Pada Pengguna Instagram Dan Twitter. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(4), 244–261. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i4.2589>
- Nita Meiliani, A. T. (2015). ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK DESAIN PRODUK, DAYA TARIK PROMOSI, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP CITRAMEREK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volum 5, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 1-11 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792.
- Nugraha, K. A., Komaladewi, R., & Budhyawan, T. (2023). The Influence of Perceived Value And Team Identification on Purchase Intention Licensed Merchandise Persib Club. *Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam Dan Multikulturalisme*, 5(2), 851–869. <https://doi.org/10.37680/scaffolding.v5i2.3397>
- Nugroho, N. E. (2021). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, FITUR PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY A10S. *JURNAL EKBIS ANALISIS, PREDIKSI, DAN INFORMASI* e-ISSN: 2621-4210 Vol. 22 No. 2.
- Nur Tho'atika Sari, N. H. (2023). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *INDEPENDENT : Journal Of Economics* E-ISSN: 2798-5008 Volume 3 Nomor 1.
- Nuraeni. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8 No. 1 Februari 2021 P - ISSN : 2503-4413 E - ISSN : 2654-5837, Hal 94 – 100.

Nurlaila Sari Miha, J. S. (2022). ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DAN KEUNGGULAN PRODUK FASHION PADA ANDINI COLLECTION DI MANADO. Jurnal EMBA Vol.10 No.2 April 2022.

PERAN PENGGUNAAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI E-COMMERCE ELEVENIA PADA MAHASISWA KABUPATEN PURWAKARTA Oleh : Indra Maulana Program Studi Manajemen-STIE DR. KHEZ Muttaqien. (2022). <https://www.iprice.co.id/petaecommer>

Peter ,J Paul dan Jerry C. Olson. 1999. Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Alih Bahasa Damos Sihombing Jakarta: Erlangga.

Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen. Bandung: Alfabeta.

Purnomo, H. (n.d.). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Celebrity Endorser pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second.

Putri Sari, S. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. 8(1), 147–155.

Rahma Izzati, R. (2019). PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND TRUST PRODUK KOSMETIK WARDAH. Jurnal Ilmu Manajemen, 8(2). <https://doi.org/10.32502/jimn.vXiX.XXXX>

Rahma Wahdiniwaty, D. F. (2023). Strategi Pemasaran Digital: Perspektif Teoritis dan Praktik. EUREKA MEDIA AKSARA.

Ratama, R. (2013). Analysis Perceived Quality, Brand Image and Perceived Value on Buying Interest and Implications for Purchasing Decisions (Case Study on Singtel Cellular Card in Malaysia). International Journal of Behavior Marketing, Vol. 5, No. 10.

Rena Feri Wijayanti, L. B. (2022). PENGARUH CONSUMER PERCEIVED VALUE TERHADAP MINAT PEMBELIAN SECARA ONLINE. Jurnal Administrasi dan Bisnis, Volume: 16, Nomor: 1 ISSN 1987-726X eISSN 2715-0216.

Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL MIX, BRAND AWARENESS AND PERCEPTION OF VALUE ON BUYING INTEREST IN BUKALAPAK IN FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDENTS OF SAM RATULANGI MANADO UNIVERSITY. 110 Jurnal EMBA, 8(4), 110–119.

- Riduan. 2004. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru DAN Peneliti Pemula. Bandung : Alfabeta.
- Rifky Stansyah, M., Tegar, M., Seiya, S. A., & Choirunnisa, R. (2023). ANALISIS PENGARUH MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI APLIKASI GO FOOD. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 11.
- Rifqi Naufal Agesta, M. R. (2024). Pengaruh Web Design, Brand Awareness, dan Personal Branding CEO Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2020). e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma website : <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm> (email : adm_mjnfeb@unisma.ac.id) Vol. 13 No. 01 ISSN : 2302-7061.
- Santoso, M. H., Nugraha, J. P., Nawiyah, N., Zed, E. Z., & Tarigan, M. I. (2023). Influence of Brand Loyalty and Perceived Quality Analysis on Consumer Purchase Decisions. Quantitative Economics and Management Studies, 4(3), 464–473. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1635>
- Schiffman dan Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta, Prentice Hall.
- Schiffman, L. G. and Wisenblit, J. (2015) Consumer Behavior. Stephanie. Edited by D. Petrino. England: Pearson Education Limited.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L. (2012). Consumer Behavior. 10th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar. 2007. Perilaku Konsumen. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Sevilmiş, A., Özdemir, İ., García-Fernández, J., & Zhang, J. J. (2022). Examining the Relationships Among Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention in Turkish Fitness Centers. Physical Culture and Sport, Studies and Research, 96(1), 40–54. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2022-0018>
- Sherinatasya, D. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Alat Kesehatan Dan Obat-Obatan Merek Dexa Medica Pada CV. Mitra Cahaya Nauli. Jurnal Ekonomi dan Saintek | E-ISSN: 9999-9999 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Washliyah Sibolga Volume 1, Number 1, Juli 2023.
- Soegoto, D. S. (2018). Analysis of Product Differentiation Strategy and its Implications toward Position Advantage on Customer Retailer's Purchase Decision. International Conference on Business, Economic, Social Sciences and Humanities (ICOBEST 2018).

- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Customer Perceived Value dan Switching Barriers Terhadap Customer Retention. *Jurnal Ilmiah Manajemen* (E-ISSN : 2615-4978, P-ISSN : 2086-4620) Vol XII No 3, November 2021.
- Sri Suprpti, Y. E. (2022). Pengaruh sensory experience, emotional experience dan social experience terhadap customer satisfaction pada layanan pengemudi ojol perempuan di Prigen. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* Volume 4, Special Issue 4, 2022 P-ISSN: 2622-2191 E-ISSN : 2622-2205 Open Access: <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>.
- Steven, S., & Ruslim, T. S. (2023). Brand Awareness, Brand Image, Perceived Value, and Perceived Quality Towards Brand Loyalty. *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 1(1), 2987–1972. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.635-642>
- Suci Fika Widayana, P. E. (2023). ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* ISSN : 2087-3077 Volume 13, Nomor 1, Maret 2023.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Sukma, B. M. (2023). Intermediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Dan Citra Merek. *EduTurisma* Vol. 7 No. 2, ISSN 2549-0672 e-ISSN 2807-5358.
- Sumayyah Ashfa Ashfia, A. E. (2024). PENGARUH PEMASARAN LANGSUNG DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BOTOL MINUM MEREK TUPPERWARE. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 13, No. 1, 2024 e-ISSN 2746-1297.
- Sunardi, P. N., Sari, P. R., Cahyani, R., Program, M. S., Manajemen, S., Bhayangkara, U., Raya, J., Penulis, K., Putri, :, & Sari, R. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: KUALITAS PRODUK DAN HARGA (SUATU KAJIAN STUDI LITERATUR MANAJEMEN PEMASARAN). 3(3). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Susanto, A. (2019). PENGARUH MEREK, DESAIN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERSEBAYA STORE GRESIK. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship* e-ISSN: 2621-153X <https://journal.umg.ac.id/index.php/jre> JRE 2 (2) 2019, 62-67.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203–220. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00041-0](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0)

- Syahril Ningki, M. S. (2024). PENGARUH MARKETING MIX (4P) TERHADAP PENCAPAIAN TOP OF MIND DI ACE HARDWARE CABANG MAKASSAR. Jurnal Administrasi, Manajemen dan Ilmu Sosial (JAEIS) Volume 3 Nomor 1; Maret 2024 E-ISSN: 2962-066X.
- Taopik Hidayat, N. R. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA SMARTPHONE SAMSUNG DI NEO KOMUNIKA). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10. No. 1 April 2022 E - ISSN : 2654-5837, Hal 195 - 202.
- Tegowati, D. M. (2022). ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SMARTPHONE BERDASARKAN KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN PRODUK. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9 No. 1 Januari 2022 P - ISSN : 2503-4413 E - ISSN : 2654-5837, Hal 219–226.
- Tjiptono, Fandy. 2020. Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vaniara, F. V., & Pramono, R. (n.d.). THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY AT THE DM CLINIC IN EAST JAKARTA. Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Wahyu Haryadi, N. S. (2020). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 8 No 3, Desember 2020 ISSN (P) : 2089-1210, E-ISSN : 2580-7285.
- Wahyu Haryadi, N. S. (2020). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 8 No 3, Desember 2020 ISSN (P) : 2089-1210, E-ISSN : 2580-7285.
- Wang, F. J., Hsiao, C. H., Shih, W. H., & Chiu, W. (2023a). Impacts of Price and Quality Perceptions on Individuals' Intention to Participate in Marathon Events: Mediating Role of Perceived Value. SAGE Open, 13(2). <https://doi.org/10.1177/21582440231181431>
- Widodo, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOLIVIA CAFE (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). ISSN : 2088-3145 Jurnal Manajemen Tools.
- Wijanto, S. 2008. Structural Equation Modelling dengan Lisrel 8.8. Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Wisnu Setiaji, B. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk t-shirt Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen T-Shirts Dreambirds di Media Sosial Facebook). Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- Wiwit Lestari, A. L. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Price Consciousness terhadap Keputusan Pembelian : Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Yogyakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* Volume 5 No 6 (2023) 2358-2368 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351 DOI: 10.47467/alkharaj.v5i6.2306.
- Woro, Mardikawati, and Farida Naili. "Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi Po Efisiensi Jurusan Yogyakarta-cilacap)." *Jurnal Administrasi Bisnis Undip*, vol. 2, no. 1, 2013.
- Yanti Yulianti, Y. D. (2018). GAYA HIDUP KAITANNYA DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINUMAN KOP. *AGRISEP* Vol. 17 No. 1 Maret 2018 Hal: 39 – 50 ISSN: 1412-8837 e-ISSN : 2579-9959.
- Yulistiana, I., VemmiKesuma Dewi, R., Mas, M., Sunarsi, D., & Erlangga, H. (n.d.). Did Brand Perceived Quality, Image Product And Place Convenience Influence Customer Loyalty Through Unique Value Proposition? *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1), 2021. <https://cibg.org.au/>
- Yusuf Bagus Prakosa, E. T. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LIPAT DI KOTA SEMARANG. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 04, Nomor 03, Juni 2021.
- Zata Aman, Y., Respati, H., & Natsir, M. (2021). Analysis of the Effect of Perceived Value on Purchasing Decision Users of Ovo Applications through Consumer Trust (Case Study of Fanā Coffee Malang Customers). Original Research Article. <https://doi.org/10.36349/easjebm.2021.v04i11.003>
- Zumrotul Fitriyah, M. R. (2020). KETERKAITAN BEBERAPA VARIABEL TERHADAP PEMBELIAN ULANG. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen* 3 (2) 2020.