

DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian gula tebu. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7-3.
- Ardiatama, E., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Eiger. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–26.
- Ayuk, K. R. O., & Gusti, I. A. K. S. A. (2019) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Nokia dengan Cita Merek. *E-Jurnal Manajemen*, 8-3.
- Deisy, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Samsung. *Jurnal Emba*, 6-4.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R., E. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup dalam mempengaruhi proses Keputusan Pembelian minuman Isotonik.
- Faith & Agwu. (2014). *A Review of The Effect of Pricing Strategies On The Purchase of Consumer Goods. International Journal of Research in Management*, 88-102.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor *matic* Honda." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* 10(1), 1.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 7. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hanifah, & Suhermin. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(11), 1–22.
- Harsanto L. F., & Hidayat, W. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53 (9), 1689–1699.
- Hasibuan N. H. S. F., & Hutami, R., F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Eiger di Bandung. *Proceeding of Management*, ISSN: 2355-9357, 251-267.
- Jamaludin, A. Zainul., & Kadarisma, H. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Japariyanto, E., & Sugiyono. (2011). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* masyarakat *High Income*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32-41.
- Jumaizi. (2020). *Competitiveness* Global di Masa Pandemi Covid 19. Diakses melalui <https://radarkudus.jawapos.com/read/2020/11/23/226205/competitiveness-global-di-masa-pandemic-covid-19>.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

- Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 5(3), 1–24.
- Kuncoro, M. F. H., & Sugiyono (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk sandal Fipper. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 1–16.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang jasa Klinik Kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25–32.
- Kusumodewi, G., & Sudarwanto, T. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk & Harga terhadap Keputusan Pembelian kain batik Mirota Surabaya. *Program Studi Tata Niaga Universitas Surabaya*, 1–9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2, Alih Bahasa Benyamin Molan, PT. Indeks. Jakarta.
- Laili, I. A., & Nugroho, D. A. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian menu *signature* restoran cepat saji. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Mahardika, R. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian, 1-8.
- Marwati, M., & Amidi, A. (2018). Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian obat herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2).
- Mowen, J., C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Lina Salim. Jakarta: Erlangga.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7, 1–15.
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tupperware. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104.
- Rani, D., A., Budiwati, H., & Irwanto, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Variasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Peneng. *Jornal of Organization and Business Management*, 1-4.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli *smartphone* Xiaomi. *Cakrawala*, XVII(2), 139–145.
- Rizal, M., A., & Suhermin (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–24.
- Senggetang, V., Mandey, S., L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Emba*. 7(1), 881-890.
- Setyani, A., D., & Prabowo, R., E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Adidas, 42–53.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J., & Limakrisna, H., N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet (Implikasinya Pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 26(2), 146–154.
- Wullur, M., P., & Djawoto (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 8, 1–18.
- Yuli & Marpaung,. H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian online Miniso di Asahan, ISSN: 2686-0759, 1–12.