

Daftar Pustaka

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol 9*, 21-30.
- Andrianto, H. N., & Idris. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 1-10.
- Fatmawati, A, N., & Soliha, E. (2017). KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PROSES. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 1-20.
- Fitriani, A. N. (2019). Pengaruh BBrand Image, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Semen di PT. Semen Indonesia Logistik Cabang Gulomantung Gresik. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship*, 70.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 1-10.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). In *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Giri, I. W., & Jatra, I. (2011). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.
- Hair, J. R., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Lapasiang, D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Karombosan Manado. *Jurnal EMBA*, 3070.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA*.
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. 1-7.

- Nugraha, A. A., W, H. D., & Widiyanto. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer.
- Nursina, Umran, L. M., & Joko. (2017). Penggunaan *Smartphone* dalam Mengembangkan Pola Belajar Siswa SMA Negeri 1 Kulisusu Utara Kabupaten Buton Utara. 8.
- Permana, M. S., & Haryanto, J. O. (2014). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen/Volume XVIII*, 369.
- Prasetya, C. H., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1-6.
- Sari, V. A. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration 2017*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). In *Research methods for business: a skill-building approach (7th edition)*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Singh, A. S., & Masuku, M. B. (2014). Sampling Techniques and Determination of Sample Size in Applied Statistics Research: an Overview. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 14.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadane di Jakarta. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 169.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.cv.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of Product Quality, Perceived Price and Brand Image on Purchase Decision Mediated by Customer Trust. *Jurnal Manajemen/Volume XXI, No. 02,*, 179-194.
- Tampi, D., Soegato, A. S., & Sumaraw, J. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wiesa. *Jurnal EMBA*, 990-999.
- Valentika, N. (2020). *An Analysis of The Effect of utilitarian Values on Shopee E-*

Commerce Satisfaction and Loyalty With SEM-PLS.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 51*, 44-48.

Yusuf, P. D. (2016). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.

