

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer. *Bandung: Alfabeta*.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Armstrong, K. (2015). Marketing an Introducing Prentice Hall (12th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Budiraharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 8(2), 92-121.
- Faritzal, *et al* (2021). The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on Purchase Decisions for Ultra UHT Milk Products During the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 2378-2388.
- Ferdinand, Augusty T., (2014), Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Desrtasi Ilmu Manajemen, Badan Distributor Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gan, C., & Wang, W. (2017). The influence of perceived value on purchase intention in social commerce context. *Internet Research*, 27(4).
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015) Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). Partial Least Squares: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Universitas Diponegoro : Semarang.

- Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis*, New International Edition., New Jersey : Pearson.
- Kotler, Keller (2016). *Marketing management*. 15, Boston, Pearson Education
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong,. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kavin Lane (2013) *Marketing Manajemen* Edisi 14. London: Pearson.
- Pangemanan, C. G., Mananeke, L., & Rondonuwu, C. N. (2018). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Citra Merek dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Sienta di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Pemayun, C. I. S. D. H., & Suasana, I. G. A. K. G. (2015). *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Persepsi Nilai Dan Keputusan Pembelian Produk Hijau Herbalife Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Rizky, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(11).
- Sabrina, H. (2017) Pengaruh Harga dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 114-120.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *EXCELLENT*, 8(1), 92-103.
- Saputri, S. M. (2016). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Purchase Intention. *Prosiding Seminar Nasional Cendikiawan*.755-761

- Sarah, E. M., & Purba, R. R. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Produk Minuman Bear Brand Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1), 210-214.
- Sarjana, S. G. Abdillah, W., & Hartono, J.(2015). *Partial Least square (PLS)- Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, (2017): *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV
- Sugiyono, (2018): *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing* 77(2), 203-220.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Taqi, M. A. (2021). Pengaruh Estetika Iklan Instagram, Perceived Value dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian SAYKI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*,
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2019). *Strategy Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 Andi. Yogyakarta.