

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, K., & Firdausy, C. M. (2020). Pengaruh Perceived Value, Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 758. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9589>
- Anggreni, E. (2012). Bauran Pemasaran Susu Formulamorinaga Pada Pt.Kalbe Nutritional Cabang Jambi. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*, 144–155.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Arifin. (2013). Pengaruh Perceived Price dan Perceived Value Pada Produk Bundling terhadap Minat Beli (Survei Minat Beli Handphone Blackberry-Indosat Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 1 No. 2*, 1(2).
- Azizi. (2022). *Analisis Pengaruh Product Quality , Perceived Value & Efek Moderasi Frekuensi Mengikuti terhadap Trust to Product pada Live Shopping*. 6(12), 5712–5718.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Claudy, C. P., & Dharmawan, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Pt. Sayap Mas Utama. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i2.576>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8 (Ed.)). Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (Seven Edit). New Jersey : Pearson Prentice Halla.
- Hasyyati & Khasanah. (2019). *Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang)*. 8, 1–11.
- Hidayatulloh, R., Pudyaningsih, R. A., & Akramiah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Ud. Hartani Jaya. *Jurnal EMA*, 5(1), 21–28. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.45>
- Indriani & Kurniawan. (2018). *Product knowledge , perceived quality , perceived*

risk ,. 7, 1–13.

- Johan, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk serta Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer*. 06(1), 33–41.
- Kalangi, A. (2010).). Pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian para konsumen yang berbelanja di Gelael Supermarket (cabang Mega Mall Manado). *Unpublish Undergraduate Thesis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia*.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, Vol.2, No., 53–61. www.ejournal.yai.ac.id
- Mandasari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wispol Pada Saat Pandemi Covid-19 Studi Ksaus Di Kecamatan Medan Polonia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(15018), 1–23.
- Nalendra. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 3(12), 1171–1181.
- Pani, E. L. (2019). Pengaruh Customer Perception, Perceived Value, Price Dan Promotion Terhadap Buying Decision Pada Tiket Lion Air. *Agora*, 7(2), 1–7.
- Peringkat Merek Laptop dan PC Terbaik di Q2 Tahun 2023*. (2023). International Data Corporation (IDC). <https://www.bhinneka.com/blog/merk-laptop-terbaik/>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.); 2nd, Cetakan ed.). ALFABETA.
- Putra & Keni. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 184. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>
- Rosi, D. El. (2015). *Implikasi Nama Merek, Promosi Penjualan, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada mahasiswa yang menggunakan pomade Murray's di Universitas Lampung)*.
- Sangadji & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. *Journal of Transnational Management*, 45–62.
- Sangkelage. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pt. Telkom Praya. *Unram Management Review*, 2(3), 1–14. <https://doi.org/10.29303/ju.v2i3.317>
- Sari, V. A. (2020). The Influence Of Price, Product Quality And Brand Image Onpurchase Decision The Botoi Sosro At Undergraduate Students Of Social And Politics Faculty University Diponegoro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*, 12.

- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Subagio, H., & Saputra, R. (2012). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction Dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 42–51. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.42-52>
- Tjiptono. (2007). Pemasaran Jas. In *Pemasaran Jasa* (Edisi Pert). Malang: Bayumedia Publishing.
- Top Brand Index 2021-2023*. (n.d.). <https://www.topbrand-award.com/>
- Yang, Z. dan Peterson, R.T. (2004). “Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty. *The Role of Switching Cost*”, *Psychology & Marketing Journal*, Vol. 21(10).