

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler, V. Wong, J. Saunders, and G. Armstrong, *Principles of Marketing. FOURTH EUROPEAN EDITION*, vol. 38, no. 151. Harlow: Pearson Education, 2005.
- [2] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing, 16th Edition*, 16th ed., vol. 16. Boston: Pearson Education, 2016.
- [3] H. Novansa and H. Ali, "Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)," pp. 621–632, 2017, doi: 10.21276/sjhss.
- [4] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, 14th ed. Jakarta: PT. Indeks, 2018.
- [5] D. Ernawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung," *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, p. 17, 2019, doi: 10.20527/jwm.v7i1.173.
- [6] P. M. K. N. 38, "PERATURAN MENTERI KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 38 TAHUN 2023," pp. 1–10, 2023.
- [7] K. Sugiyama and T. Andree, *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch Marketing from the World's. Most innovative advertising agency*. 2011.
- [8] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 14th ed. Upper Saddle River, New Jersey: NJ Pearson Education Limited, 2012.
- [9] P. Kotler, K. L. Keller, and A. Chernev, *Marketing Management*, 16th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2022.
- [10] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing, 17th Edition*. Harlow: Pearson Education, 2018.
- [11] W. C. Orville, J. W. Mullins, H. W. Boyd, and J.-C. Larreche, *Fundamental of Marketing*. New York, 2006.
- [12] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2001.
- [13] J. Untoro, *Ekonomi*. Jakarta: Kawahmedia, 2010.
- [14] S. Ramli and Z. Simatur, *Bacaan wajib para praktisi pengadaan barang/jasa pemerintah / Samsul Ramli ; penyunting, Zulfa Simatur*. Jakarta: Visimedia, 2013.
- [15] Triton, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Yogyakarta:

Tugu Publisher, 2008.

- [16] R. S. Abdullah, *Inovasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- [17] L. G. Schiffman and J. Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th ed. Harlow: Pearson Education, 2019.
- [18] M. R. Solomon, *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*, 13th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2020. doi: 10.1093/acprof:oso/9780199532711.003.0027.
- [19] M. E. Malik *et al.*, “Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior,” *World Applied Scinces Journal*, 2013, doi: 2013.23.01.824.
- [20] M. F. Nasution and H. Yasin, “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan,” vol. 4, no. 2014, pp. 9–15, 2014.
- [21] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- [22] C. M. Puspita and A. Budiarmo, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 3, pp. 268–275, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.28079.
- [23] I. Hilmawan, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang),” *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, vol. 3 (3), pp. 154–166, 2019.
- [24] B. Hartati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia,” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, vol. 10, no. 01, pp. 123–137, 2021, doi: 10.22437/jmk.v10i01.12653.
- [25] N. Sakinah and F. Firmansyah, “Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 22, no. 2, pp. 192–202, 2021, doi: 10.30596/jimb.v22i2.7100.
- [26] E. D. Hutri, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi kasus: pada pengguna sepeda motor di kota Padang),” 2022.

- [27] A. Amron, "The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars," *European Scientific Journal, ESJ*, vol. 14, no. 13, p. 228, 2018, doi: 10.19044/esj.2018.v14n13p228.
- [28] M. Hanapi and A. Sriyanto, "PENGARUH BRAND AMBASSADOR, MINAT BELI, DAN TESTIMONI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April 2018)," no. April, 2018.
- [29] R. A. Alfatiha and A. Budiarmo, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 522–529, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.28794.
- [30] Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R & D*, 1st ed. Bandung: ALFABETA, 2019.
- [31] Supardi, *APLIKASI STATISTIKA DALAM PENELITIAN: Konsep Statistika Yang lebih Komprehensif*, Revisi. Jakarta: CHANGE PUBLICATION, 2013.
- [32] Riduwan and E. A. Kuncuro, *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Cetakan ke. Bandung: ALFABETA, 2017.
- [33] wuling.arista-group.co.id, "wuling.arista-group.co.id," wuling.arista-group.co.id.