

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Albert Kurniawan. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amstrong, & Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Attaqia, N., & Rodhiyah, R. (2016). Pengaruh Produk dan Sistem Bisnis terhadap Keputusan Pembelian Usaha Waralaba Es Teh Poci di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.11993>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357–374.
- Budi Darma. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dewi, L. G. P. S., Oei, S. J., & Siagian, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia*. [PhD Thesis]. EDP Sciences.
- Djaelani, M., & Darmawan, D. (2021). Dulux Wall Paint Purchase Decision: The Role of Brand Image, Price, and Product Quality on Consumer Behavior of Paint Products. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 150–160.
- Dyah Nirmala Arum Janie. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* [PhD Thesis]. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Hatza, I. N. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)* [PhD Thesis]. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.

- Husen, R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Surya Celluler Tidore. *Jurnal Akrab Juara*, 6(5), 94–105.
- Indriantoro, N., & Suomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPPE.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss*.
- Jannah, M., & Ariyanto, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. New Hunteria Depok. *Jurnal Hummansia (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 4(2), 58–69.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The influence of product mix, promotion mix and brand image on consumer purchasing decisions of sari roti products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 3(2), 165–174.
- K. lubis, S., & Wajdi, F. (2012). *Hukum Ekonomi Islam*. Sinar Grafika.
- Kasmir. (2015). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Komputer, W. (2017). *Ragam Model Penelitian & Pengolahannya dengan SPSS*. CV. Andi Offset & Wahana Komputer.
- Kotler, P. (2001). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*. Intermedia.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Erlangga.
- Lalawar, G. J. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Dealer Dinamika Motordi Kota Kupang*. Universitas Nusa Cendana.
- Marhaini, M. S., & Patuan, G. M. (2012). Pengaruh Produk, Modal, Potensi Keuntungan dan Merek Terhadap Keputusan Membeli Usaha Franchise (Studi Kasus Food Franchise Di Sun Plaza Medan). *Jurnal Ekonom*, 15(2), 90–97.
- Marwati, S. S., & Koesworodjati, Y. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Gula Semut Aren Sewu di Kabupaten Garut* [PhD Thesis]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Nugroho, C. P. (2009). *Membuat Keputusan*. P3TKP.

- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayat, W. S. (2008). *Akuntansi Syariah Indonesia*. Salemba Empat.
- Odop, N. (2006). *Berbisnis Waralaba Murah*. Media Pressindo.
- Pane, D. N. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian teh botol sosro (studi kasus konsumen alfamart cabang ayahanda). *Jumant*, 9(1), 13–25.
- Pramono, P. R. (2007). *Cara Memilih Waralaba yang Menjanjikan Profit*. PT. Elex Media Komputindo.
- Queen, D. J. (1993). *Pedoman Membeli dan Menjalanlkan Frinchise*. PT. Elex Media Komputindo.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284.
- S Santoso. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.
- Sanjaya, S. (2017). Pengaruh Promosi dan Merek terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Situmeang, T. S. A., & Arafah, S. (2020). Pengaruh Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian “Rabbani” Studi Kasus Universitas Potensi Utama. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), Article 1.
- Sofjian Assauri. (1996). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Sudaryanto, S., N Ari Subagio, N., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). *Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Supriyanto, A. S. (2010). *Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia*. UIN-maliki

Press.

Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran, edisi keempat. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Ed 1*. Kencana.

Zaluchu, S. E. (2020). Strategi penelitian kualitatif dan kuantitatif di dalam penelitian agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28–38.