

DAFTARPUSTAKA

- Aily, Z. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Parfum Isi Ulang Pada Toko Sary Parfum Binjai.*
- Anwar, M. F., & Jamiat, N. (2024). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kopi Kuchink Solo. *Telkom University.*
- Arifin, M. R. V. R., & Jumhur, D. H. M. (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE GACOAN CABANG DAGO BANDUNG.*
- Febriani, I. (2024). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko milano parfum.* UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO.
- Imaningsih, E. S., & Rohman, S. (2018). The model of product quality, promotion, price, and purchase decisions. *Jurnal Ekonomi*, 23(2).
- Irfana, A., & Rubiyanti, N. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BRAND ERIGO DI MARKETPLACE TOKOPEDIA.* *Telkom University*, X(X).
- Istiqamah, M. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(Studi Kasus Pada Butik Umah Batik Kabupaten. Bener Meriah Provinsi. Aceh).* UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA.
- Juarsah, H. S., & Saputri, M. E. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Teh Pucuk Harum di Kota Bandung).* *Telkom University.*
- Logan, C. C. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARFUM HMNS DALAM BERSAING DI BIDANG INDUSTRI PARFUM INDONESIA.* UNIVERSITAS PELITA HARAPAN.
- Nabila Zahrah, F., Indrawati, & Djatmiko, T. (2017). *PENGARUH KUALITAS*

PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME DI KOTA BANDUNG. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2187–2194.

Nurhidayah, K. E., & Tridakusumah, A. C. (2022). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI SECARA ONLINE (Studi Kasus Kopi Aceng Garut). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1202. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7871>

Pradhityasa, A., & Hasanah, Y. N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Shopee. *Telkom University*.
<http://digilib.unimed.ac.id/id/eprint/50614%0Ahttp://digilib.unimed.ac.id/50614/8/8>. NIM. 7183210032 CHAPTER I.pdf

Primadasa, Y. G. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee (Studi Pada Karyawan di PT.Percetakan Gramedia Cikarang). *Skripsi*, 1–114.

Ramadhana, R., & Fakhri, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN NINETYX*. 1–5.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v1i2.9>

Sagala, R. M. F., & Protomo, T. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Adventure Di Kota Bandung. *Telkom University*.

Witarisma, S. W. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA dan PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN pada E-COMMERCE SHOPEE. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 821–829. <http://www.apple.com>