

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Ilham, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda. “Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu.” *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>.
- Alfiah, Ayu, Atep Suhendar, and Muhammad Yusuf. “SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco Di CV Indosanjaya Kota Bandung” 6, no. 1 (2023): 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>.
- Amalia, Nur. “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>.
- Anggraeni, Alvina Rahma, and Euis . Soliha. “Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang).” *Al Tjjarah* 6, no. 3 (2020): 96. <https://doi.org/10.21111/tjjarah.v6i3.5612>.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- Crosby, Philip B. *Quality Is Free : The Art of Making Quality Certain*. New York: New American Library, 1979.
- Daga, Rosnaini. *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Makasar: Global-RCI, 2017.
- Darvina. “Studi Tentang Nilai Viskositas Madu Hutan Dari Beberapa Daerah Di Sumatera Barat Untuk Mengetahui Kualitas Madu,” 2013.
- Desty Wulandari, Rizky(s), and Donant(s) Alananto Iskandar. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 3, no. 1 (2018): 11–18.
- Dewi, Retry. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 7, no. 4 (2019): 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>.
- Djohan, Agustinus johan. *MANAJEMEN & STRATEGI PEMBELIAN*. Malang: Media Nusa Creative, 2016.

- Dolet Unaradja, Dominikus. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo, 2019.
- Fakhriansyah, Muhammad, Lina Dianati Fathimahhayti, and Suwardi Gunawan. "G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan." *G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan* 6, no. 2 (2022): 295–305.
- Foedjiawati Foedjiawati, and Hatane Semuel. "Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai Dan Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi Aig Lippo Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2007).  
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/17013>
- Gitosudarmo, and Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE, 2015.
- Hakim, Lukmanul, and Rinjani Saragih. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam." *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6, no. 2 (2019): 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>.
- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli." *Jurnal Ilmu Dan Riset ...* 4, no. 3 (2019): 415–24.  
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>.
- Ismawati, Nining Sudiyarti, and Della Delia Febriani. "ANALISIS STRATEGI PENJUALAN MADU PADA UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA (Studi Pada UMKM Madu UD. Sari Bunga Di Desa Kelungkung)." *Riset Dan Kajian Manajemen* 1, no. 2 (2021): 230–37.
- Jurnal, Jimea, Ilmiah Mea, Pengaruh Motivasi Kerja, Pustaka Lebah, D I Jakarta, Edi Sugiono, Sugito Efendi, and Jamaluddin Al-afgani. "KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAAN KERJA PT . WIBEE INDOEDU NUSANTARA JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi )" 5, no. 1 (2021): 718–34.
- Kapirossi, Bagus, and Rokh Eddy Probowo. "Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Di Antariksa Kopi Semarang )" 7, no. 25 (2023): 66–73.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>.
- Kertayoga, Ipaw, Rini Desfaryani, and Luluk Irawati. "Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita The Influence of Consumer Characteristics on Purchasing

- Intensity of Madu Suhita” 7, no. 1 (2023): 13–20.
- Khayah, Bintaya Zahriati, and Netti Natarida Marpaung. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Daerah Cikarang Kabupaten Bekasi).” *Parameter* 7, no. 1 (2022): 141–54. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.194>.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*. Tiga Belas. Jakarta, 2010.
- Kotler, Philip, and Armstrong. *Prinsip - Prinsip Marketing*. Edisi ke T. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Kotler, Philip, and K L Keller. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Jakarta. Erlangga*. 13th ed. Jakarta, 2009.
- Kurniawan, Deny. “Regresi Linier.” *Statistic*, 2008, 1–6.
- Kusdyah, Ike. “Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya).” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7, no. 1 (2012): 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.7.1.25-32>.
- MARDIATMOKO, GUN -. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pertama. Mibarda, 2017.
- Nugroho, Ajie Setyo, Teknik Informatika, Politeknik Negeri Banyuwangi, and Jl Raya. “TERINTEGRASI BERBASIS WEB PENDAHULUAN Madu Adalah Cairan Alami Yang Dihasilkan Oleh Lebah Madu Dari Hasil Memakan Nektar Bunga . Madu Memiliki Banyak Kandungan Baik Di Dalamnya Seperti Vitamin , Protein , Mineral , Antioksidan , Dan Zat-Zat Baik Lainnya .” 6, no. 1 (2020): 1024–31.
- Nurdin, Sahidillah, and Astri Sulastri. “Lifestyle, Perceived Value Dan Customer Value Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ekspansi* 10, no. 2 (2018): 147–62.
- Payne, and Holt. “Diagnosing Customer Value: Integrating the Value Process and Relationship Marketing.” *British Journal of Management* 12 (2001).
- Prasetyo Bambang, Jannah Miftahul Lina. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2012.
- Priansa, Donni Juni. “Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada.” *Ecodemica* IV (1), no. 2355–0295 (2016): 117–24.
- Rachmawati, Siska Dwi, and Anik Lestari Andjarwati. “Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan

- Pembelian.” *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 1 (2020): 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>.
- Resmawa, Ira Ningrum. “Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention with Green Price as Moderating Variable on the Body Shop Products in Surabaya.” *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 2 (2017): 1–11.
- Rupilu, Semuel F, August E Pattiselanno, and Eddy Ch Papilaya. “Strategi Pengembangan Madu Hutan Di Desa Hiay Kecamatan Wetar Kabupaten Maluku Barat Daya.” *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan* 10, no. 1 (2022): 17. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v10i1.1336>.
- Sari, Fitri Aulia. “Jurnal Tamwil : Jurnal Ekonomi Islam,” n.d., 43–48.
- Schiffman, and Kanuk. “Cunsomer Behavior.” New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2010.
- Setiawati. “Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI.” *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021): 1581–90. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/308/261>.
- Setyadharma, Andryan. “Uji Asumsi Klasik Dengan SPSS 16.0.” *Manajemen Dan Akuntansi* 36 (2020): 4.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tilaar, Tesalonika Tiffany, Agus Supandi Soegoto, and Fitty Valdi Arie. “Pengaruh Store Atmosphere Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan the Influence of Study in Rm D ’ Fish Area of Megamas Manado.” *Jurnal Emba* 5, no. 3 (2017): 3488–97.
- Tjiptono. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: ANDI, 2019.