

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Sugiyono, P. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. 2013.
- Ihsan, M. (2015). Pengaruh Customer-Based Brand Equity (CBBE) Terhadap Keputusan Pembelian Diecast Matchbox. 2015.
- Khaira, N., Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE SUDUT HALAMAN. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.350>
- KUSUMA, M. D. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK DIECAST HOT WHEELS DI KOTA MAKASSAR. 2021.
- Marvianta, Y. A., & Saputra, A. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Citra Merek dan Implikasinya pada Keputusan Pembelian Mobil Diecast*. 6.
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 68–82. <https://doi.org/10.31311/par.v5i1.3060>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. *PERFORMA*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Yuliyanto, V. A. (2025). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN YANG LEBIH MEMILIH MEMBELI INNOVA REBORN
DIBANDINGKAN DENGAN INNOVA ZENIX DI SEMARANG.*

