

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). Metode Penelitian Pendidikan: Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas.
- Ajjjah, N., Harini, D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan pada Toko Roti Gembong Gedhe). *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 43-60.
- Ajjjah, N., Harini, D., Riono, S. B., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.-a). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchasing Decisions (Case Study of Customers at Gembong Gedhe Bakery. In *Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 2).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET MOTIVASI BERPRESTASI. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved from www.bps.go.id website: <https://www.bps.go.id/indicator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>
- Banunaek, C. D., Dewi, Y. E. P., & Andadari, R. K. (2021). Dilema Etik pada Profesionalisme Perawat terhadap Kualitas Pelayanan Keperawatan. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen Keperawatan*, 4(2), 110-120.
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Buya, M., & Ashad, H. (2022). Analisis Faktor Keterlambatan Waktu Pelaksanaan Konstruksi Pada Pembangunan Kantor Bupati Pulau Taliabu Dengan Metode Analytic Hierarchy Process. *Jurnal Konstruksi: Teknik, Infrastruktur dan Sains*, 1(1), 44-53.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN*

(*LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN*). 3(1), 2022.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Dan, K., Penulis, S., Rauf, A., Orba, S., Tri, M., Ardiansyah, E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Gloriman, V., Genesis, M., Depari, S., Rahajeng, E., Dwi, M., Sri, A., Riorini, V., ... Sudarmanto, E. (2021). *Digital Marketing : Hak Cipta Buku Kemenkum dan HAM Nomor : 000259901*. <http://insaniapublishing.com>

Daroini, F. (2023). *Pengaruh digital marketing, inovasi produk, co-branding dan online customer review terhadap keputusan pembelian sepatu Aerostreet: Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.

Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(1), 30-42.

Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak.com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 173-180.

Fitri, F., & Yusnaldi, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di PT. Dunia Barusa. *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 2(3), 197-204.

Gde, I. A., Putra, S., Jayaningsih, A. A. R., & Suhardiyani, P. E. (2021). *PENINGKATAN KEMAMPUAN PROMOSI ONLINE MENGGUNAKAN DIGITAL MARKETING*. 5(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5291>

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Geografis dan Penduduk. (n.d.). Retrieved February 1, 2024, from kedungmundu.semarangkota.go.id website:
<https://kedungmundu.semarangkota.go.id/geografisdanpenduduk>

- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021a). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME* (Vol. 2).
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021b). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME* (Vol. 2).
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Islamey, A. V., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 767-774.
- Islamey, A. V., & Maskur, A. (2023a). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang)*. In *Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian...* (Vol. 4).
- Komparasi Brand. (n.d.). Retrieved February 1, 2024, from www.topbrand-award.com website: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=545
- Kompas.com. (2023, Oktober Sabtu). [kompas.com](https://www.kompas.com). Retrieved from www.kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/30/110000669/4-faktor-utama-yang-memengaruhi-perilaku-konsumen?page>
- Kualitas, P., Dan, P., Konsumen, P., Keputusan, T., Holland, P., Cabang, B., Batu, B., Barat, J., Naufal, A., & Artadita, S. (2023b). *The Effect Of Product Quality And Consumer Perceptions On Purchase Decisions Of Holland Bakery Branch Buah Batu, West Java* (Vol. 10, Issue 1).
- Kumala, F. O. N., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26-39.

- MARDIATMOKO, G.-. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marlius, D., & Putra, M. R. S. (2022). Pengaruh Quality Product, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Padang Pada PT. Sumber Niaga Interindo (Distributor). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1085-1104.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Meidatuzzahra, D. (2019). Penerapan accidental sampling untuk mengetahui prevalensi akseptor kontrasepsi suntikan terhadap siklus menstruasi (Studi kasus: Pukesmas Jembatan Kembar Kabupaten Lombok Barat). *AVESINA: MEDIA INFORMASI ILMIAH UNIVERSITAS ISLAM AL-AZHAR*, 13(1), 19-23.
- Medeka.com. (2023, Oktober Sabtu). Merdeka.Com. Retrieved from www.Merdeka.Com: <https://www.merdeka.com/holland-bakery>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (n.d.). “FLORENSIA” KOTA SAWAHLUNTO INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON DECISION MAKING OF BATIK CLOTHES IN “FLORENSIA” STORES, SAWAHLUNTO CITY. *JM*, 1, 13–24.
- Naufal, A., & Artadita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Holland Bakery Cabang Buah Batu, Jawa Barat. *eProceedings of Management*, 10(1).
- Nasution, L. M. (2017). Statistik deskriptif. *Hikmah*, 14(1), 49-55.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>

- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26-41.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui Quality Product dan kualitas layanan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(2).
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128-137.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 121–134. <https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.11>
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing (Vol. 1)*. Tiga Ebook.
- Rajasa, E. Z., Manap, A., Ardana, P. D. H., Yusuf, M., & Harizahayu, H. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 451-455.
- Ramadhani Putri Diah Jaya, A., Anom Maruta, I., & Studi Administrasi Bisnis, P. (n.d.-a). *PENGARUH BRAND EQUITY, BRAND IMAGE DAN SUASANA TOKO (STORE ARMOSPHERE) TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO H&M DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA*.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.

- Renaningtyas, A. R., Dwi Wahyuni, A., Oktarina, L., Fakultas Ekonomi, M., Bisnis, D., Bhayangkara, U., Raya, J., & Penulis, K. (2022). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN KONSUMEN: PROMOSI, HARGA DAN PRODUK (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN)*. 3(5). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5>
- Rizqullah, I., Manajemen, A. J., & Bisnis, M. (2018). “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MAZELNID.” In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).
- Santi Hariyani, D., & Dwi Kuncoro, dan. (2020). PENINGKATAN KUALITAS PACKAGING DAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING UMKM ROTI BOLU DESA SIDOMUKTI MAGETAN. *Journal of Social Empowerment*, 05, 2.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Quality Product, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Journal Of Management, Business And Education*, 8(1), 92-103.
- Sastra Millennium, A., Wayan Suardana, I., Made Kusuma Negara, I., Studi Industri Perjalanan Wisata, P., & Pariwisata, F. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARTUP BIKE RENTAL BANANAZ BALI. 9(1), 2338– 8633
- Semarang. (2023, oktober senin). Kedungmundu.Semarang. Retrieved fromKedungmundu.Semarang.go.Id: <https://kedungmundu.semarangkota.go.id/kelembagaan>
- Setyowati, R. (2020). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm.
- Sijabat, R. (2020). Analisis Peran Mediasi Harga Terhadap Asosiasi Country Of Origin, Perceived Quality, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 57-80.
- Surat Al-Hujurat Ayat 6 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (n.d.). Retrieved February 1, 2024, from tafsirweb.com website: <https://tafsirweb.com/9776-surat-al-hujurat-ayat-6.html>
- Surat An-Nisa Ayat 29 Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir | Baca di TafsirWeb. (n.d.). Retrieved February 1, 2024, from tafsirweb.com website: <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>

Surat At-Taubah Ayat 105. (n.d.). Retrieved February 1, 2024, from Tafsir AlQuran Online website: <https://tafsirq.com/9-at-taubah/ayat-105>

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.

Sutrisno, S., Tannady, H., Wahyuningsih, E. S., Supriatna, D., & Hadayanti, D. (2022). Analisis Peran Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Automotif City Car. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(6), 4139-4145.

Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.

Syah, A., & Pratama, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang). *Jurnal Guru Kita PGSD*, 4(3), 11-19.

Tobagus, A. (2018). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA* (Vol. 6, Issue 1).

Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.

Wahyuni, V. (2022). Validity and Reliability of Mathematical Communication Ability Test Instruments Relation and Function Materials. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 5(1), 89–99. <https://doi.org/10.32923/kjimp.v5i1.2232>

Wardani, D. S., Ambarwati, D., & Jatmiko, U. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI DIAN JAYA NGANJUK. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(3), 77-83.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.

- Wicaksono, B., Wahono, B., & Wahyuningtyas, N. (2023). Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Malika (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Malika Yang Ada Dikecamatan Winongan). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *EMAS*, 2(3).
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh brand image, daya tarik iklan, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* (Vol. 5).