

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
3. Citra Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota.
4. Minat Beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
5. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap minat beli pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
6. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
7. Citra Merek berpengaruh positif terhadap minat beli pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
8. Minat Beli tidak memediasi hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.
9. Minat Beli tidak memediasi hubungan antara harga dan keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.

10. Minat Beli memediasi hubungan antara citra merek keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi masyarakat yang berminat membeli Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang termasuk kedalam kategori cukup baik. Sehingga perlu ditingkatkan lagi dimasa yang akan datang menjadi kategori baik hingga sangat baik.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan minat beli. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini secara empiris telah membuktikan bahwa variabel minat beli merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang.

Upaya peningkatan minat beli sebagaimana dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata masih rendah dimana:

1. Pihak manajemen Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang hendaknya melihat aspek meningkatkan minat beli, agar keputusan pembelian menjadi sangat baik.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh peminat Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang dalam upaya meningkatkan minat beli adalah memperhatikan atau meningkatkan kualitas produk. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap

minat beli. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki kualitas produk adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Pihak manajemen HP iPhone 14 Pro Max hendaknya lebih meningkatkan daya tarik konsumen.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh peminat Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang dalam upaya meningkatkan minat beli adalah memperhatikan dan menyesuaikan harga. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki harga adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang masih rendah, dimana:

1. Pihak Manajemen Hp iPhone 14 Pro Max hendaknya menetapkan harga yang lebih sesuai dengan persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna Hp iPhone 14 Pro Max di Kota Padang, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku sama pada pengguna Hp iPhone 14 Pro Max di daerah lain. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan model penelitian ini pada iPhone 14 Pro Max di daerah-daerah lainnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, harga, citra merek dan minat beli,

sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seperti promosi dan kepercayaan masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel-variabel lain tersebut ke dalam model penelitiannya.

3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 66 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal)Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk . *Journal Of Management*, 2(2).
- Adiba. (2016). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Konsumen. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 4(34), 670–682.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, P. (2012). Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Aldoko, D., Suharyono & Yuliyanto, E. (2016). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi 2012/2013 Universitas Brawi jaya Yang Melakukan Pembelian Terhadap Produk Tupperware)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 40, N, Hal: 17-23.
- Amiati, D.A., Masyud, B., & Garsetiasih, R. (2015). Pengaruh Pengunjung Terhadap Perilaku Dan Pola Konsumsi Rusa Timor (*Rusa Timorensis De Blainville 1822*) Di Penangkaran Hutan Penelitian Dramaga. *Buletin Plasma Nutfah*, 21(2), P.
- Amilia, S., & Oloan Asmara Nst, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amin Rohmawati Nurul Wakidah. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Baselo. Skripsi (Tidak Dipublikasikan). *Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Anggraini, Junita Ari., Sudapet, I Nyoman., Subagyo, H. (2019). *The Effect Of Promotion, Quality Of Products, And Prices On Purchase Decisions(Case Study On Printing Convection Kaosan Ae Surabaya)*. Surabaya: *Journal Of World Conference*.
- Anjani, R. F., & Siregar, S. (2021). . Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan

Terhadap Keputusan Pembelian Produk Multivitamin Enervon-C Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3)(396–412).

Annisa Farhanah, & Achmad Mufid Marzuqi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Herbal Beauty* Di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/Academia.V3i2.60>

Anwar, I., S. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 1, No.

Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/Widyakala.V3i0.24>

Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/Drb.V3i2.6299>

Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.

Arikunto, A. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Jakarta: Rajawali.

Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/Eeb.2021.V10.I10.P07>

Authors, & Gunawan, F. S. A. C. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.

Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel *Intervening* Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.351>

Azany, F. (2014). “Analisis Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio.” *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro* : Semarang.

- Buchori, A. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiyanto Dan Diska Destilestari, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 20(3), 79–101. <https://ibn.e-journal.id/index.php/esensi/article/view/30>
- Budiyanto, T. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain. *Eprints .Mercubuana-Yogya*, Vol.11, No.
- Cahyasetiyadin, B. N., & Rachmi, A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Emas Di Galeri Azizah. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 109–112.
- Cholifatun Nisak. (2016). “Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store.” *Universitas Diponegoro*.
- Cretu, A.E. And Brodie, R. J. (2007). *The Influence Of Brand Image And Company Reputation Where Manufacturers Market To Small Firms: A Customer Value Perspective*”. *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 No, 230–240.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. ., & Kalesaran, E. R. (2017). *Jurnal Kemudahan Smartphone*. *Acta Diurna*, 6(1), 1–15.
- Danang Sunyoto. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*. Caps.
- Darmadi, D. (2013). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek* (Cet. Ke-10). PT. Gramedia Pustaka Utama 2013.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, Vol. 1, No.
- Desy Irena Dan Rahmat Hidayat. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, Vol. 5, No(ISSN 2252-5483).
- Devi Puspita Sari Dan Audita Nuvriasari. (2018). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2)(ISSN 2442-5028(Print) 2460-4291(Online)), Hal:73-83.
- Dimas, Erlangga Putra., Dinalestari, P. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan *Word Of Mouth*ter hadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi*

Bisnis.

- Dinah, Fitri. Pangestuti, E. (2019). Pengaruh *Terpaan Buzz Marketing Dan Product Knowledge* Terhadap *Purchaseing Decision* Pada Produk *Nature Republic* (Survei Pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Angkatan 2015-2018).
- Dio Lavarino & Wiyli Yustanti. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar. *Revista Cenic. Ciencias Biológicas*, 152(3), 28.
- Driyani, R., Maulana, F., & Barlianto, Y. (2018). Citra Merek Dan Persepsian Kualitas Berdampak Terhadap Kepuasan Wisatawan Kembali Ke Obyek Wisata Baturaden Di Jawa Tengah. *Syntax Literate*, 3(8), 71–81.
- Emil, L. Wi. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Prodk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffe Shop Kofisyop* Tembalang. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/Jwm.V7i1.173>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *E-Commerce Zalora* Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i2.6663>
- Fadillah, A., & Koyum, K. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 3(2), 125–132. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V3i2.824>
- Fandy, T. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Andi (Ed.); Edisi 2).
- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints*, 1, 1–9.
- Ge, Z., Chen, D., Zhang, J., Rao, J., Yin, J., Wang, D., Wan, X., Shi, W., & Liu, S. (2007). *Facile Synthesis Of Dumbbell-Shaped Dendritic-Linear-Dendritic Triblock Copolymer Via Reversible Addition-Fragmentation Chain Transfer Polymerization*. *Journal Of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/Pola.21914>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.

- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. [Http://JurnalMahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2605](http://JurnalMahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2605)
- Handoko, H. (2008). Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia. *BPFE-UGM*.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. [Https://Doi.Org/10.9744/Jmk.14.1.83-90](https://doi.org/10.9744/Jmk.14.1.83-90)
- Hasan, A. (2011). Manajemen Bisnis Syari'ah. Pustaka Pelajar.
- Hasdiana, U. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Dimediasi Minat Beli. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. [Http://Link.Springer.Com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Ab.2015.03.024%0Ahttps://Doi.Org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://Www.Chile.Bmw-Motorrad.Cl/Sync/Showroom/Lam/Es/](http://Link.Springer.Com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Ab.2015.03.024%0Ahttps://Doi.Org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://Www.Chile.Bmw-Motorrad.Cl/Sync/Showroom/Lam/Es/)
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh *Brand Identity* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Brand Image* Dan *Brand Trust*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2). [Https://Doi.Org/10.56589/Keizai.V3i2.292](https://doi.org/10.56589/Keizai.V3i2.292)
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi)* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, 3 (3)(2598–8107), 154–166. [Https://Ojs .Jurnalrekaman.Com/Index.Php/Rekaman/Article/Download/21/21](https://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/Rekaman/Article/Download/21/21).
- 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. [Https:// Doi.Or g/10.36226/Jrmb.V4i1.251](https://doi.org/10.36226/Jrmb.V4i1.251)
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. [Https://Doi.Org/10.17970/Jrem.15.150207.Id](https://doi.org/10.17970/Jrem.15.150207.Id)
- Indriyo Gitosudarmo. (2014). Manajemen Pemasaran. *BPFE-Yogyakarta*.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). „Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan

- Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil Lcgc Di Surakarta)*. Vol. 12 No.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol, 21(1).
- Kasmir, J. (2012). Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Kedua).
- Kharisma, S. Arifin, Z. & W. (2014). Pengaruh International Brand Imagedan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis.*, 14, 91–97.
- Kinali, D. I. K. (2022). *Edunomika – Vol. 06, No. 02, 2022. 06(02), 1–14.*
- Kotler, Philip And Armstrong, G. (2007). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-1)*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Erlangga (Ed.))*.
- Kurniawan, H. H. (2017). Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui Mediasi *Brand Image* Dan *Brand Trust*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 228–239.
- Kurniawan, M. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Rush Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Toyota Rush Di Nasmoco Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 548–553. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28817>
- Lenzun, J. J., Massie, J. D. D, & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkom sel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1237–1245.
- Limakrisma, S. &. (2013). “Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis.” *Mitra Wacana Media*.
- Low, G.S. And Lamb, C. W. J. (2000). *He Measurement And Dimensionality Of Brand Associations. The Journal Of Product And Brand Management*, 9(6), 350–368.
- Manurung, H. . (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran. *Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi*.
- Muhammad Fakhru Rizky Nst, H. Y. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(1693–7619), 135–143.

- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.V10i3.1539>
- Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.V7i2.665>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nandya Ayu Putri, Zainul Arifin, Wilopo. (2016). “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Switching Barrier terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32 No, Maret.Pp. 18-26.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu. *Jurnal Ecobisma*, 44.
- Ningtias. Anaisaa, A Dan Budiarti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bimbingan Belajar Alfabeta Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Dan Manajemen*, 6, 1–16.
- Noverita, Wiryanthy & Singgih, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD; Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 20 No 1(2654–4326), 87–96. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/231/171>
- Oentoro, D. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: *Laksbang Pressindo*.
- Ogba, I.-E. & Zt. (2009). ‘Exploring The Impact Of Brand Image On Customer Loyalty And Commitment In China.’ *Journal Of Techno-Gy Management In China*, Vol. 4(Ssue: 2, Pp.132–144).
- Oliver, R. L. (2006). *Satisfaction A Behavior On The Costumer. Mc. Graw-Hil. New York*.
- Pasha Ashari, A., Hardiyono, H., Fadilah Aswar, N., & Tinggi Ilmu Ekonomi Amkop Makassar, S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *Mandar: Management Development And Applied Research Journal*, 3, 18–32.

- Peter, J. Paul, J. C. O. (2008). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Ed 4). Erlangga.
- Peter & Olson. (2003). *Consumer Behavior And Marketing Strategy (Sixth Edit)*. Mc Graw Hill.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana Simpati Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 138–147.
- Pradipta, H. O. (2015). Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4, 1–19.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V2i2.345>
- Priharsari, D., & Purnomo, W. (2022). Analisis Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Perceived Value* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Live Shopping*. 6(12)(5660– 5667).
- Purboyo. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)*. Penerbit: *Penerbit Media Sains Indonesia* (CV. Media Sains Indonesia).
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/Iqtishaduna.V11i1.526>
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28079>
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *MBR (Management And Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V6i1.6952>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.21067/Mbr.V6i1.6952>

0.58217/Joce-Ip.V15i1.226

- Rangkuti, F. (2009). *The Power Of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 17(2), 139–145.
- Riyanti, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added : Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.26714/Vameb.V18i1.9625>
- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/Jimb.V22i2.7100>
- Salinas, E.M. And Perez, J. M. . (2009). “Modeling The Brand Extension’ Influence On Brand Image”. *Journal Of Business Research*, Vol.62 No., 50–60.
- Samuel, & L. (2014). Pengaruh E-WOM Melalui Media Sosial Internet Terhadap Brand Image, Brand Trust, Dan Minat Beli. *Jurnal Pemasaran Petra*, 8(2), 47–54. <https://doi.org/10.33376/ik.V2i2.34>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/Psikoborneo.V8i1.4870>
- Schiffman Dan Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen (Edisi Kedu)*. PT. Indeks Gramedia.
- Septiani, F. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta). *Jurnal Mandiri*, 1(2), 273–288. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V1i2.22>
- Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh *Green Marketing*, Pengetahuan Dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2), 201–218. <https://doi.org/10.12695/Jmt.2014.13.2.6>
- Setiadi, N. . (2013). *Perilaku Konsumen*. Kencana Perdana Media Grup.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1 (6), 755–764.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi (Edisi Kedua)*.

- Solihin Et Al. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (*Literatute Review Manajemen Pemasaran*). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia Di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April 2018*). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Cv Afabeta.
- Suharto, C. A. ., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Suhendra, R., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pemakai Sepatu Onitsuka Pada Mahasiswa FEB UMSU). *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 4(2), 138–155.
- Suparyanto & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. In Media.
- Suprano Dan Novi Fitria Hermiati. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Pelita Ilmu*, Vol.15 No.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Susianawati, M., & Nurtantiono, A. (2022). *Edunomika – Vol. 06, No. 02, 2022. Jurnal Ilmiah Edunomika*, Vol. 6(No. 2), 1–13.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). *Influence Of Brand And Product Quality On Customer’S Buying Decision In South Cikarang Bekasi Regency*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V6i1.169>
- Suyanto, M. (2017). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swasta Dan Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen (Edisi 1)*. Cetakan 3. Yogyakarta.
- Swastha Dan Sukotjo. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Thamrin. (2013). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/>

rg/10.30872/Psikoborneo.V8i1.4870

- Theodoridis, T., & Kraemer, J. (2016). Pengaruh Teknologi Digital, Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik.
- Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 62–69. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.8.2.62-69>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 4). (IV; Andang, Ed). Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, A., Handoko, T., & Widodo, Z. D. (2022). Pengaruh Minat Beli Masyarakat Terhadap Diskon Shopee, Kualitas Produk Dan Harga Bagi Pengguna Shopee (Study Kasus Bagi Pengguna Shopee Di Sragen). Publik: *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(4), 869–879. <https://doi.org/10.37606/Publik.V9i4.454>
- Wijaya Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa* (Edisi 1). Indeks. Jakarta.
- 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. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V3i1.81>
- Yusri, A. Z. Dan D. (2020). Teknologi Memegang Peran Penting Dalam Kehidupan Manusia. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- Zakaria, S. I., & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Kota Yogyakarta). *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3), 1–8.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). *Reconsidering Baron And Kenny : Myths And Truths About Mediating Analysis*. *Journal Of Consumer Research*, 3(7), 197–206.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/Inovbiz.V4i2.76>