2. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga dan kemampuan peneliti.
3. Variabel yang berhubungan dengan keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel yaitu Kualitas Produk dan *Brand image*

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2002). Manajemen dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Ariani, D.W. (2003). Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif. Bogor: Ghalia Indonesia.

Assauri, Sofjan. (2009). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Assauri, Sofjan. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.

Abdullah, S., & Raman, S. (2000). Quantitative And Qualitative Research Methods: Some Analisis Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Strengths And Weaknesses. The Asia Pacific Journal of Educators and Education (Formerly Known as Journal of Educators and Education), 17(1), 1-15.

AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen DanKeuangan Unsam, 6(1), 660-669. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17

Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap keputusan pembelian. Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Undip, 1(2), 159- 169. https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/237527/jurnalmanjemen-pnj.pdf

Harga, P., Produk, K., & Produk, P. (2021). Kualitas Pelayanan, dan Promosi. 4(2).

Hoffmann, C., Spiegl, U. J. A., Hauck, S., Bühren, V., & Gonschorek, O. (2013). Die ventrale Spondylodese beim älteren Patienten Overtreatment oder sinnvolle Therapieoption? Zeitschrift Fur Orthopadie Und Unfallchirurgie, 151(3), 257-263. https://doi.org/10.1055/s-0032-1328522

Ifur, A., & Budhi, S. (2009). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Budhi Satrio Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 4(12), 15 of 15.

Joshua, D., & Padmalia, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembeliaan. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689-1699.

Nirma, K. P. (2008). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Nirma. 67-79.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. Journal of Business & Applied Management, 10(1). https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870

Rahmawati, D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. REVITALISASI Jurnal Ilmu Namajemen, Volume 6, Nomor 1, Maret 2017, 6(2),86-89.kediri.ac.id/index.php/Revitalisasi/article/download/520/430 https://ejournal.uniska-

Rahmawaty, P. (2014). Pengaruh *Brand image*, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. Jurnal Ilmu Manajemen, 11(2), 82-89. https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11788

Frankael, J. & Wallen, N. (1993). How to Design and Evaluate Research in Education. New York: McGraw-Hill Inc.

Gay, L.R & Diehl, P.L. (1992). Research Methods for Business and Management. New York: MacMillan Publishing Company.

Ghozali, Imam. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Karisam, Mohammad. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Malang: UIN Malang Press

Kotler, Philip. (2003). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.

Kotler, Philip dan Gery Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, dan Kevin Keller. (2008). Manajemen Pemasaran jilid 2. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajat. (2010). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga.

Malhotra K, Naresh. (1993). Marketing Research An Applied Orientatiom Second Education. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Malhotra K, Naresh. (2014). Basic Marketing Research. England: Pearson Education.

Saladin, Djasalim. (2001). Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Bandung: Lindakarya.

Sciffman, Leon dan Kanuk Leslie L. Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks

Susilo, Y., & Wahyudin, W. (2020). Pengaruh Konflik Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(01), 45-58. https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.5

Sugiyono, (2001). Statistika Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2006). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). Business Research Methods. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. (2015). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sunyoto, Danang. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.

Swasta, Basu dan Irawan. (1997). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Swatsa, Basu dan Handoko. (2011). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu dan Irawan. (2005). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran, Edisi I. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2012). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F dan G. Chandra. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi. Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. Jurnal Riset Ekonomi,

Ujang Sumarwan, (2004). Perilaku Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.

Ujang Sumarwan. (2011). Perilaku konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor. Ghalia Indonesia.

Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4), 607-618.

Yuniati, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online. In Issn:0852-8349 (Vol. 18, Issue 1, pp. 27-37). Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS).