

## DAFTAR REFERENSI

- Afifah (2021, 16 Juli). *Ini vitamin & mineral serta dosisnya untuk menyembuhkan Covid-19 saat isolasi mandiri*. Diambil dari <https://kesehatan.kontan.co.id/news/ini-vitamin-mineral-serta-dosisnya-untuk-menyembuhkan-covid-19-saat-isolasi-mandiri?page=all>. Diakses: 3 November 2021.
- Darmawan, M. D. (2018). The Effect of Price, Product Quality, Promotion, Social Factor, Brand Image on Purchase Decision Process of Loop Product on Youth Segment (Case Study of Pt Telekomunikasi Selular). In *Proceeding of International Seminar & Conference on Learning Organization*.
- Fadli (2020, 31 Maret). Suplemen Vitamin D Bisa Menurunkan Resiko COVID-19? Ini Faktanya. Diambil dari <https://www.halodoc.com/artikel/suplemen-vitamin-d-bisa-menurunkan-risiko-covid-19>. Diakses: 3 November 2021.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 1-20.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. PT. Luxima Metro Media.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Laksana, F. (2015). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Ratmono, Dwi dan Mahfud Sholihin (2013). *Analisis SEM-PLS WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Andi.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2016). The impact of product quality and price on customer satisfaction with the mediator of customer value. *IISTE: Journal of Marketing and Consumer Research*, 30, 59-68.

- Sari, D. Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang).
- Sarippudin, A., Fitriani, I. D., & Zulkarnaen, W. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung. *Jurnal SEMAR: Sains Ekonomi Manajemen & Akuntansi RiviU*, 1(3), 42-51.
- Singgih, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Graamedia.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee And Tea Di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(2).
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Top Brand Index (2021). Diambil dari: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=enervon%20c](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=enervon%20c). Diakses: 3 November 2021.
- Yuan, L. W., Iqbal, S., Hussain, R. Y., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction: Mediating Role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector. *International Journal of Research*, 6(04).