

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. A., Sumowo, S., & Wijayantini, B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Ipteks*. 3(2): 186-196.
- Alfurqan, M. (2021). Analisis Pengembangan Produk Roti Holland Bakery Buah Batu Bandung dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 5(2): 552-561.
- Ali, A. Y., & Gusti, N. A. (2021). Influence Of Word Of Mouth And Product Quality On Purchase Decisions And Repurchasing Interest. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed*. 5 (2): 2622-4771.
- Akarapi 2021. Perubahan dan Arti Logo Holland Bakery. <https://desainlogodesign.com/logo-bakery-cakery/holland-bakery>
- Anwar, I. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Vol. 4 No.12 Hal 1-15
- Apriyanti, I., & Gulo, W. N. (2021). Sistem Informasi Penjualan Holand Bakery Cabang Kelapa Dua. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*. 2(1): 121-130.
- Arfan, M. F., Fauzi, P. A., & Rini, E. S. (2019). The Effect of Promotion, Price Perception and Product Quality on Purchasing Weaving Decisions on Consumers of Raki Weaving Assisted by Deli Serdang Cooperative Serdang Cooperative Service. *International Journal of Research and Review*. 6(7): 349-360.
- Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. 2013. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta
- Dewi, R. (2019). 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). *Proceeding of International Seminar & Conference on Learning Organization*. 6(10): 100120.
- Durianto, D. S. (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiarta, I. M.B. (2021). The Effect Of Price Perception, Quality Perception, And Location On Purchase Decisio. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2): 410-419.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1): 17-32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girawan,B. I. H., Pardian. Pandi., Sadeli, A, H., & Supyandi, D. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Atribut Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Buah Alpukat Mentega Secara Online (Suatu Kasus Pada Konsumen Kojama Shop). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1): 767-781.

Holland Bakrey (2021). <https://www.hollandbakery.co.id/>

Janah, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Perusahaan Roti Kiky di Kandangan. *Jurnal Mahasiswa*. 1(2): 22-31.

Junaidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Citra Mandiri Distribusindo. *Skripsi*. Univeristas Putera Batam.

Kadir, Abd. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Hilo Scholl Di Kota Palu. *Jurnal Trend*, 6(2): 18-23.

Kasfunnuri, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk Industri Gerabah Desa Banyumulek Lombok). *Tesis*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Kencana, Putri Nilam., & Nurwita. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Shaza Food (Studi Kasus di Area Tangerang Selatan). *Jurnal Media Bina Ilmiah*. 15(10): 531-5536.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.

Lesmana, R., & Ayu, S. C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 2(3): 59-72.

Mailindra, W., & Amali, M. (2018). Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Indomaret Kecamatan Sungai Bahar. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. 2(2): 235-244.

Maulana, M. F., Nawangsih, & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*. 2(1): 78-88.

May, S. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Ms Glow Cabang di Klaten. *Tesis*. Universitas Widya Dharma Klaten.

Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*. 10(1): 55-79.

Putra, A. I. D., Chiwnita,O., & Sarinah. (2019) Keputusan Pembelian Lipstik Ditinjau dari Persepsi Konsumen pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 2(1): 55-63.

- Rajab, A & Nora, L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Holland Bakery Di Jabodetabek). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. 2(2): 23-34.
- Ramadhan, K. L. (2017). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ridyaneta, A. Y. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Tesis*. Universitas 17 agustus 1945 Surabaya.
- Sangadji, Etta Mamang., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanjiwani & Ni, M. D. S. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*. 8(11): 6721-6740.
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Kota Kediri. *Jurnal Benefit*. 3(1): 31-44.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta : Kencana Perdana Media Grup
- Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). Effect Of Word Of Mouth, Price Perception, And Product Quality On Purchase Decision Pempek The Local Culinary Products In Palembang City. *International Journal of Social Sciences*. 4(1), 52-59.
- Sitorus, J. R. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1): 10-20.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand Award 2021. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Tjiptono (2008) dalam Asti (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Jenang Muchtarom Kebumen). *Skripsi*. IAIN Purwokerto.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.