

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, S. (2020). *manajamen pemasaran* (pp. 1–449).
- Ghozali.I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25* (p. 30).
- Susanto, A. (2024). *pemasaran 101* (pp. 5–56).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *pemasaran* (pp. 1–464).
- Wantara, H. ., Irawati, A., Werdi, W. ., & Purwanto, H. (2022). *Manajemen Pemasaran Garam* (p. 1).

Jurnal

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 309–325. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>
- Alzikri, M. R., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup, Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Second Pada Toko Pakaian Bekas Cowboy Collection Di Air Tawar Padang Di Era Pandemic Covid-19. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 58–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.187>
- Arifin, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Pada CV. Prima Sary Bakery Kecamatan Rumbay Pesisir Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah*. 1–23.
- Assauri, S. (2020). *manajamen pemasaran* (pp. 1–449).
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.2664>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK:Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Dauulay, N. (2019). Program Studi Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri.

Eprints.Walisongo.Ac.Id, 0501202004.
https://eprints.walisongo.ac.id/21683/1/1905026063_Nely Atiyatun
Nafis_Full_Skripsi - Nely Atiyatun Nafis UIN Walisongo Semarang.pdf

- Diko, N. F., Saleh, S. E., Mahmud, M., Hafid, R., & Hasiru, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 2321. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.2321-2334.2022>
- Djati, T. A. (2020). Pemasaran Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen “Decoy Effect” Membeli Produk Yang Lebih Mahal. *Jurnal Brand*, 2(2), 190–194. <http://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/672>
- Dwi Apriliani, V., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180–187. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34303>
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 79–95. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/2268>
- Ghozali.I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 25* (p. 30).
- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio. *Jurnal Sains Manajemen*, 3(2), 64–75. <https://doi.org/10.51977/jsm.v3i2.560>
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 123–137. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). (STUDI KASUS PADA KOPI BENTENG 2 BANYUMANIK) Pendahuluan Kerangka Teori Hipotesis Penelitian Metodologi Penelitian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(Iii), 209–215. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27985>
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasann Pelanggan. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2662>
- Jane. (2021). Statistik deskripti f & regresi linier berganda dengan spss. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).

- Jonathan. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bubble Tea Chatime Lippo Karawaci (Pt. Foods Beverages Indonesia). *Skripsi*, 13.
- Kahfie, A. D., Putra, S. S., Digdowiseiso, K., & Nasional, U. (2023). The influence of product quality, service quality, and price perceptions on purchase decisions at the air pray depot of gondrong jakarta. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(1), 2549–2560. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8172>
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. *Maker : Jurnal Manajemen*, 7(May), 81–94.
- Kurniwan, Y. D. (2017). Pengaruh Peresepsi Harga, Kualitas produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic. *Repository Universitas Sanata Dharma*.
- Lestari, S. P., Unsurya, D. M., & Pusat, J. (2023). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Divisi Operasional Pt. Pegadaian Galeri 24, Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 83–91. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1027>
- Lindawati, L., Sume, S. A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i1.3823>
- Liwe, F. (2020). Kesadaran Merek, Keragaman Produk dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 2107–2116. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.3420>
- Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TikTokShop (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1477–1491. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44292>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Nur, A., & Ali, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Atmosfer Caffé Dan Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kami

- Ngaliyan, Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 465–482.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/2220%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/2220/1473>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Prianggoro, N. F., & Sitio, A. (2020). Effect of Service Quality and Promotion on Purchase Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 51–62. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i6.2019.393>
- Qorika, E., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia Cabang Magetan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September 2022*.
- Riswandi, R., Rianto, T., & Ginanjar, N. S. (2020). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomak*, 6(1), 76–87.
- 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>
- Sarie, R. F. (2018). Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall Di Surabaya. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 14(2), 149–169.
<https://doi.org/10.31967/relasi.v14i2.269>
- Simamora, A. A. N., & Fatira, M. (2019). Kemudahan Aplikasi Dan Keragaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 213–222.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v8i2.395>
- Siti Juliana Putri, Iswati Iswati, & Anis Fitriyasari. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suvo Body Lotion Di Kota Surabaya. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(3), 173–182.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/makreju.v2i3.3220>
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa

- Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. *Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Sugiyono. (2022). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Menara Ekonomi*, 3(5), 1–10. jurnal.umsb.ac.id
- Susanto, A. (2024). *pemasaran 101* (pp. 5–56).
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *pemasaran* (pp. 1–464).
- Ulfami, P., & Saino. (2020). Pengaruh desain produk, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada online shop giyomi melalui shopee. *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08(01), 702–708.
- Wantara, H. ., Irawati, A., Werdi, W. ., & Purwanto, H. (2022). *Manajemen Pemasaran Garam* (p. 1).
- Wijaksono, W., Santoso Adi, & Pristi Eka. (2020). *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan E-Wom Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Gusti Ponorogo*.
- Yunardi, N. S. D., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Resto Atmosphere Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Niat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan Cabang Majapahit Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 348–359. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.6079>
- Zamhuri, M., Valianti, R. M., & Damayanti, R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Manajemen Dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(2), 228–240. <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v3i2.7381>



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114

Jl. Prof Dr. Herman Johanes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.

Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0860/WM.H16/SK.CP/2025

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Aprianti Skolastika Fahik
NIM	:	32121017
Fakultas/Prodi	:	Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing	:	1. Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si 2. Apryanus Fallo, SE, MM
Judul Skripsi	:	PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN PERSEPSI HARGA, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BORNEO BAKERY DI KOTA KUPANG

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **7 (Tujuh) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 04 Agustus 2025

Kepala UPT Perpustakaan,

Silvester Suhendra, S.Ptk.