

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Transaksi jual beli Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Arikunto, P. D. S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Astuti, E. P., Masyhuri, M., & Mulyo, J. H. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(1), 183–194. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.01.18>
- Batubara, S. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Mega Sari Tata Utama*.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Transaksi jual beli Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Fatimah, Ajeng Ayu., S. (2020). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Transaksi jual beli. *Majalah Ilmiah Solusi*. Vol. 18, No. 1. *Endocrine*, 9(May), 6.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Transaksi jual beli Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Fitriana, I. (2017). *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Program Diskon Pada Keputusan Transaksi jual beli ( Studi Pada Konsumen Ramayana Department Store Medan )*.
- Gede Marendra, I., tabel Kata kunci, F., Pemasaran, B., Transaksi jual beli, K., Linear Berganda, R., & Hipotesis, U. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi) Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Konsumen Di Minimarket (Alfamart Atau Indomaret)*. 1(3), 2598–2823.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Illiyin, R., & Itarahmayahoocoid, E. (2021). *Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Transaksi Jual Beli Hp Oppo*. 10(1).
- Inayati, L. S., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Transaksi jual beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2461–0593), 2. <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/view/3064>

- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Transaksi jual beli. *Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25>
- Julita, S., & Syaifullah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(1), 3. [http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia\\_journal/article/view/2770](http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2770)
- Keren, K., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Produk Indomie. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(3), 319–324. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i3.284>
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Transaksi Jual Beli Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). 1(4), 77.
- Maulida, Z., & Indah, D. R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Niat Membeli Ulang Vitamin Merek Holisticare Ester C Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(3), 332–351. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i3.2654>
- Primarianto, A., Yuliati, L. N., & Affandi, M. J. (2018). Pengaruh Motivasi, Marketing Mix dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Rumah Baru di Perumahan Bukit Cimanggu City Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 454–463. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.3.454>
- Raharja, C. L. M., & Aksari, N. M. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dalam Membangun Ekuitas Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 7053. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p08>
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29–37.
- Saputra, A. (2021). Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Minyak Goreng Pada.
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Sholihah, M. (2020). Analisis Keputusan Transaksi jual beli Berbasis Sikap Konsumen. *Bisman : Volume 3. Nomor 2. Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiani, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Transaksi jual beli Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Produk Hydro Coco PT Kalbe Farma. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, *ISSN:2502 - 5406*, 2(1), 18–28.
- Sunaryo. (2017). Pengaruh Pendidikan dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PTPN III Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(01), 88–100.
- Susanti, D., & Purba, D. (2021). *DAISY ORGANIC DI KOTA BATAM*.
- Tunjungsari, R. H., & Iriani, S. S. (2017). Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Transaksi jual beli Asus Smartphone. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 212. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150202.id>
- Van FC, L. L., & Lisnawita, L. (2017). Pengaruh persepsi resiko dan kualitas e-commerce terhadap keputusan konsumen membeli fashion online. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(2), 185–195. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v8i2.645>
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Transaksi jual beli Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.