

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K., & Rahmawati, P. (2018). *The Effect of Service Quality and Consumer Trust on Retail Website Loyalty. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 15(1), 76.
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arsawan, I. W. E., Yasa, I. ketut, Suryantini, N. P. S., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Nilacakra.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juhana, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 12(1), 77–88.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Penerbit NEM.
- Musfar, T. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek* (R. R. Rerung (ed.)). CV Media Sains Indonesia.
- Nainggolan, N. (2020). Pengaruh Potongan harga dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen minimarket indomaret serbelawan. *Jurnal Ekonomi Usi*, 2(1), 54–64.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019). Pengaruh advertising, sales promotion, dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*, 9–25.
- Nugroho J. Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Kencana.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50.
- Saragih, MM., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Sari, A. A. R. P., & Kerti Yasa, N. N. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mappemall.com* (Andriyanto (ed.)). Penerbit Lakeisha.
- Siregar, P. N. U. S., Sinaga, J., & Sinaga, D. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada Pt. Alfa Scorpii Bilal Medan. *Jurnal Darma Agung*, 30(April), 107–117.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.

- Susanto, D., Fadhilah, M., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen Shopee Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89(2), 89–97.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 35.
- Wardani, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (I. Astarina (ed.)). DEEPUBLISH.
- Wati Hondro, M. (2022). *Pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam*.