

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Sitorus, S. (2020). Pengaruh Harga, Rasa, Lokasi Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Penyet Putri Dikota Medan. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 131–142. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v2i2.477>
- Afriza, E. F. (2019). Analisis Kualitas Produk dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *Mbia*, 18(1), 37–48. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.320>
- Anissa, R., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Armalia, M., & Yuliana, Y. (2021). PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH PADA KONSUMEN WARDAH DI DESA CELAWAN KECAMATAN PANTAI CERMIN. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Azwar, Supardin, L., Budi Setiawan, & Audita. (2022). Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee.com. *Manajemen Dewantara*, 6(2), 246–255. <https://doi.org/10.26460/md.v6i2.12634>
- Chrisanta, A. E., Rokhman, N., Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). Pengaruh Kemudahan , Keamanan , Kepercayaan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee. 3(1), 23–34.
- Fanani, R. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xenia (Studi Kasus PT ASCO Prima Mobilindo ASCO Daihatsu Surabaya). *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(9). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4309/4322>
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Kartika, K. (2021). Keputusan Pembelian Online Produk Bukalapak. Com Dengan Pendekatan Kepercayaan Konsumen, Keamanan Dan Persepsi Risiko (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Bogor. 15(6), 4655–4668.
- Hadiani, D. (2019). Pengaruh Periklanan Melalui Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitsubishi L300 Pick Up Di Pt Nugraha Sumber Berlian Banjar. 3(2), 45–55.
- Heriyana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Belanja Online (Studi pada Mahasiswa STIE Rahmaniyyah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 33–39.

- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Lee, R., & Evyanto, W. (2022). *PENGARUH HARGA, IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELUMAS PADA PT JUMBO POWER INTERNATIONAL BATAM*. 11(1).
- Mastuti, I. G. A. M., Haris, I. A., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer PT. Mertha Buana Motor di Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 448–453.
- Moloku, S. O., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 98. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23568.98-106>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Oktiani, A., & Marlianti, N. (2020). Pengaruh Iklan, Pester Power Dan Penempatan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Orang Tua Pada Kinder Joy Di Giant Ekspress Mataram. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(2), 149–156. <https://doi.org/10.47492/jih.v9i2.288>
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
- Rachmah, S. M. (2022). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo*. 3(4), 82–88.
- Sari, D. N., Noorlitaria, G., & Asnawati, A. (2018). Pengaruh public relation dan strategi periklanan terhadap keputusan pembelian produk samsung galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 14. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v10i1.2089>
- Sari, G. I., Fermayani, R., & Harahap, R. R. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Padang). *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 6(2), 1–11. <https://doi.org/10.31869/me.v6i2.1816>
- Sari, W. T., & Mukhlis, I. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada e-commerce tokopedia. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 2(1), 85. <https://doi.org/10.26740/bisma.v2n1.p85-92>

- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 488–501. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.135>
- Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester Vi Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>
- Subagja, I. K., & Pramita, W. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.222>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Wulandari, A., Purwati, A. A., & Alfani, M. H. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa/I Pelita Indonesia Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 238–249. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/444>
- Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI BUKA LAPAK (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>
- Yunita, T. I., & Rukmini. (2021). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Formula Pada Masyarakat Desa Denai Kuala Kecamatan Pantai Labu Deli Serdang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 1(1), 58–67.