

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, I. D., Suyanto, U. Y., Purwanti, I., & Yaumi, S. (2022). Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee: Analisis Harga dan Kualitas Produk dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2169–2173.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. CV. Jakad Media Publishing.
- Dewi, L. S. (2022). *The Influence Of Product Quality Pada Kepuasan Konsumen*. Global Aksara Pers.
- Effendi, Z. R., Endri, S., & Nursina. (2022). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Seikou Coffee Depok. *Ekonomika*, 1(5), 31–34.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–205. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek , Promosi , Harga , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(01), 106–108.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 8(4), 3340–3344.
- Kartika, E.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Citra Merek Serta Kepercayaan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Markerplace shopee Di Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Profesional*, 2(1), 73–77.
- Lamasi, W. I., & Santoso, S. (2022). The influence of promotion, product quality and brand image towards customer purchase decisions of Wardah cosmetic products. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 11(2), 67–68. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i2.1579>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 126–132.
- Munandar, N. A. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Media Sains Indonesia.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–46.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, cia cai. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan

- Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–4.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–100.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepbulish.
- Sari, I. R., & Harti. (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(3), 444–446. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9714/1403>
- Simangunsong, R., & Morina. (2021). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Universitas Hkbp Nommensen Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 131–139. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Sitorus, J. R., & Heryenzus. (2020). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Batam*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Sumiyati, & Suwartini. (2019). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Yoeliastuti, Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212–218. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–274