

## DAFTAR PUSTAKA

- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/38284/34957>
- 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>
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 408–420.
- Arini Fauziah, S. T. (2022). *Pengaruh Harga , Kepercayaan , Penggunaan Aplikasi dan Promosi*. 5(2), 1381–1395.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Falendra, & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Importir Warisan Pratama. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 316–328.  
<http://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/64>
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid –19*. 5(2), 1381–1395.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur*. 2(1), 188–203.
- Lihardo, J., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. ... *Gresik Engineering, Social Science, and Health ...*, 2, 202–212. <http://eprints.umg.ac.id/5666/>
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2021). PENGARUH HARGA, BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131–146. <https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nofrianto, R., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO*. 4(1), 185–200.
- Nurlita, A. N., & Restiawati, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Bajuku Murah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 2925–2937.
- Realize, Brahmasari, I. A., & Panjaitan, H. (2018). PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN KEPERCAYAAN DAN CITRA PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Mebis*, 2433.
- Sandora, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(3), 290–310. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288>
- Sihombing, E. . N., & Hutasoit, M. J. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENCUCI WAJAH POND'S PADA MAHASISWI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN*. VII, 140–159.
- Sihombing, E. . N., & Silitonga, H. E. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online Grab (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas HKBP Nommensen Medan)*. 7, 6.
- Sihombing, N. E. ., & Hutasoit, M. J. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENCUCI WAJAH POND'S PADA MAHASISWI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN*. VII(2775 – 3271), 140–159.

- Simamora, S., & Realize. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122. <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/162>
- Siregar, M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP MEREK VIVO PADA STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA. *JURNAL STINDO PROFESIONAL*, VIII(8.5.2017), 2003–2005.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Imwi Student Research Journal*, 1(1), 41–52.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suwu, G. E. C., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Jorizco Putra Utama di Desa Leilem III*. 3(3), 9–25.
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2019a). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Vernadila, R. Y., & Realize. (2019b). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK SENSODYNE. *Manajemen Bisnis*, 6(2), 633–646. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5541>
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 172. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.223>
- Wangdra, Y., Realize, & Sumanti, K. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT MEMPENGARUHI KEPUASAN SERTA LOYALITAS PELANGGAN DI PORTAL BELANJA E-COMMERCE*. 475–486.
- Wau, F. S., Chandrayant, T., & Afrizoni, H. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ESPRESSO CAFE DI KOTA PARIAMAN. *Jurnal Matua*, 4(8.5.2017), 2003–2005.
- Wijaya, F., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap PT Continental Industry Supply. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 850–858.

- Yap, J. K., & Purba, T. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan , kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Aki Merk SG pada PT Jaya Timur*. 17(2), 461–476.
- Yusa, V. De, & Hastono, A. L. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Rivero Di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah FE-UMM*, 12(1), 69–80.
- Zuhro, Z., & Budiyanto. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN AYAM GORENG CRISPY ( STUDI PADA DYNES FRIED CHICKEN CABANG KALIASIN SURABAYA ) Zafifatus Zuhro Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya Hisana F. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 2461–0593.