

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 627–636.
- Anggraeni, T. C., Widjayanti, W., & Puspita, A. B. I. (2023). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.428>
- 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>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Caroline, S., & Tjiptodjojo, K. I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Zalora. *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek*, 65(022), 2012186.
- Chandra, T., & Priyono. (2023). *Statistika Deskriptif*. Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Fatihah Sari, V., Anindita Hayuningtias, K., Ekonomika dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Queensland. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2362.
- Fatmaningrum, R. S., & et al. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(1), 1–13. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>
- Gultom, F., Hernawaty, & Nababan, R. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS: Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish.
- Harahap, Z., Leonandri, D., Sihombing, D., Sinuraya, E. J., & Hariman. (2021). *Manajemen Strategi Pemasaran dan Penjualan Hotel*. Inteligencia Media.
- Hardani, H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hastoko, Y. P., & Wati, W. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Burger King Trans Studio Mall Cibubur. 2(1), 188–203.
- Irvan, M., Yani, B. A., & Marwati, F. S. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online (Pengguna Shopee Di Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 444. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4538>
- Juniyanti, & Saputra, A. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Di Kota Batam. (*Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen*). <http://repository.upbatam.ac.id/1348/>

- Kartika, E.-. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(1), 73–82. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i1.778>
- Lestari, Dian Purwa, & Murtiyanto, R. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situse-Commerce B To C Platform Id.Id. *Jurnal Aplikasi Binsis*, 6, 161–164.
- Lestari, Dinda Puji, & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3).
- Modding, B., Ashoer, M., & Basalamah, J. (2022). *Esensi Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Mulyani, B. A. A., Permadi, L. A., & Rusminah. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Bukalapak. *Jurnal Riset Pemasaran*, 5(3), 248–253.
- 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>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka.
- Priyatno, D. (2022). *Olah Data Sendiri: Analisis Rregresi Linier Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Cahaya Harapan.
- Purba, C. W., & Heryenzus, H. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Di Shopee Pada Karyawan Di Kota Batam. *Jesya*, 6(1), 316–327. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.879>
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. CV Adanu Abimata.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Ekssperimen*. Deepublish.
- Sa'adah, L. (2021). *Statistik Inferensial*. LPPM.
- Sahabuddin, R., Idrus, M. I., & Karim, A. (2021). *Pengantar Statistika*. Liyan Pustaka Ide.
- Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Image*. Scopindo Media Pustaka.
- Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>
- 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), 131–149. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.413>
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 24–38.

- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. CV Budi Utama.
- Syaban, M., & Ratnaningrum, E. (2021). *Statistika Penelitian*. Informatika Bandung.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020). The Influence of Brand Image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Yoeliastuti, Y., 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. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Zamora, R., & W, E. A. (2023). *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (Ramdani (ed.)). Absolute Media.