

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, G. T., Lie, D., Efendi, & Sisca. (2018). PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR BADAN PERTAHANAN NASIONAL (BPN) KOTA. *MAKER*, 4(2), 40–50.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2).
- Fitriana Afriza, E. (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.
- Fitriasshinta, D., & Melinda, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen King Telur Asin. *Jurnal Of Management and Business Review*, 15(2), 219–234.
- Haryati, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjung Pinang. *DIMENSI*, 8(2), 198–209.
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, 2019*, 560–567.
- Iwan, & Saputra, A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe pada PT Prima Bintang Distribusindo. *VIII(2)*, 17–24.
- Kusumawati, I., Hartono;, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital Ovo Di Surakarta. *Journal of Management (SME's)*, 11, 19–29.
- Kusumawati, I., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta. *Journal of Management (SME's)*, 11(1), 19–29.
- Learns, M., & Nainggolan, N. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT International Hadware Indo di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3).
- Maharama, A. R., & Noor, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek di Kota Semarang yang Dimediasi Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *EKOBIS*, 19, 203–213.
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 98.

<https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p98-105>

- Mardiayanti, & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109.
- Maryati, & Khori, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Nabilah, B. N. (2019). *Pengaruh persepsi risiko terhadap kepercayaan konsumen pada layanan dimoderasi oleh kepribadian openness to exeperience*.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10405>
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Riview Manajemen Pemasarn). *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 2(4), 524–533.
- Sari, F. P., & Hawignyo. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Tokopedia. *COSTING: Journal Of Economic, Business and Accounting*, 4, 755–763.
- Setiyana, Y., & Widiasari, S. (2019). Pengaruh kualitas produk, ekuitas merek dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk honda vario. *Jurnal Prosiding Sendi*, 476–483.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeda.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta Pustaka Baru.
- Wiyono, gendro. (2020). *MERANCANG PENELITIAN BISNIS dengan alat analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8 EDISIKEDUA*. UPP STIM YKPN.