

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Arisqa JL, A., & De Yusa, V. (2019). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 05.
- 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>
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14, 86–95. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86–95>
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17.
- Indriany, Y., Hastuti, S., & Indrisetno P.V, D. (2022). Analisis Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Makanan Online (Studi Kasus Pelanggan Aplikasi Go Food, Grab Food, Shopee Food). *JURNAL LENTERA BISNIS*, 11(2), 205. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.539>
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia* (Vol. 2, Issue 2). ONLINE.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. In *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* (Vol. 3, Issue 2).
- Machali, M. P. Dr. I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. *JURNAL ECONOMINA*, 2.
- Nuriyati, T., Falaq, Y., Deni Nugroho, E., Harapin Hafid, H., Fathimah, S., Ardiansyah, R., Firmansyah, H., Saragih, E., Nofriyaldi, A., Komar, A., Palangda, L., Nurhafsari, A., & Sri Wahyuni, N. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan (Teori & Aplikasi)*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

- Okta Wibowo, H., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antarmakanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(No 1 (2021)), 70–78.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 4(3), 2021. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices, Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*.
- Rahayu, S. (2022). The Effect Of Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. In *International Journal Of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Simanjuntak, V. C., & Kusumaningrum, D. A. (2022). The Effect of Relationship Marketing, Promotions, and Brand Image on Purchasing Decision of Sahira Dates Syrup. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 22–32. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2022/v14i430390>
- Sucipto, E., & Fuad, T. M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endoser, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan pada Restoran Sederhana di Harbout Bay

Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>