

DAFTAR PUSTAKA

- Anagari, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Malangkuçewara). *Manajemen Pemasaran*, 7–28.
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Bagaskara, S. P. S., & Sugiyono. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Gudang Kopi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(11). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4390/4404>
- Chrisna, H., & Khairani. (2019). Pengaruh Perilaku Belajar, Pengendalian Diri, Motivasi,Empati, Keterampilan, Dan Kepercayaan Diri Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 1(1), 88–100.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392>
- Hasibuan, N. H. S. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1), 17.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Indrasena, R. W., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9), 1–16.
- Iqbal, M., Nugroho, Y., Efendi, A., & Abdullah, W. (2022). Pengaruh Iklan Online Dan Citra Merek Terhadap Variabel Intervening Pada Toko Online Shopee Di Makassar. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 3(2), 8–20.

- Istiono, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk Skincare Garnier di Majalengka Kota). *Manajemen*, 1, 1–13.
- Jalil, A., & Safrianto, A. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 24(2), 756–766.
- Juliana, J., Pramono, R., Maleachi, S., Bernarto, I., & Djakasaputra, A. (2021). Investigation Purchase Decision Through Brand Trust, Brand Image. Price. Quality of Product: A perspective Service Dominant Logic Theory. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 51–59. <https://doi.org/10.56457/jimk.v9i1.95>
- Kamila, N. C., & Khasanah, I. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ikan dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Central Proteina Prima Cabang Tegal). *Diponegoro Journal of Management*, 11(6), 1–15.
- Kartika, F. D., Akbar, D., Tohadi, A., Kurniawan, M. I., Pandjaitan, G. G., & Simbolon, G. (2021). Pengembangan Pariwisata Maritim Di Wilayah Perbatasan: Studi Sustainable Tourism Di Natuna Dan Bintan. *Jurnal PIR : Power in International Relations*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.22303/pir.6.1.2021.62-78>
- Kodu, S. (2018). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Journal of Polymer Science, Part A: Polymer Chemistry*, 45(8), 1432–1445. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Lampengan, P., Massie, J. D. ., & Roring, F. (2019). Pengaruh Motivasi Kepercayaan Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pengguna Online Shop Zalora Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT Manado. *Emba*, 7(4), 5693–5702.
- Lubis, R. S. B., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 354–364. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/drb.v6i4.30441>
- Maghfur, M. D., & Wahyuni, D. U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Astra Honda Motor Dipaciran Lamongan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12).
- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'Lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 39–48.

- Maskur, A., & Lestaringingsih, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7).
- Mertayasa, P., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Komunikasi Word of Mouth. *Buletin Studi Ekonomi*, 1. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i01.p01>
- Muchlisin, M. kurnianty. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*.
- Prananta, W., Hapsoro, B. B., & Permana, M. V. (2021). Role of Service Quality, Price Perception, Brand Image, and Information Technology Involvement in Banking Product Purchase Decisions. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 12(2), 187–200.
- 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*, 8(2), 98–104.
- Rohwiyati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Manajemen Pemasaran*, 9(2), 7–28.
- Rosita, H., Akib, H., & Aslinda. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Zero Minasatene di Kabupaten Pangkep The Effect of Price and Brand Image on The Decision to Purchase of Zero Minasatene Brand of Packed Drinking Water in Pa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum*, 2(3), 205–216.
- Saputri, N. F., & Suhardi. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Two Way Cake Pixy. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 376–386. <http://yosephine.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/80473/PENGARUH+KUALITAS+PRODUK%2C+CITRA+MEREK%2C++DAN+WORD+OF+MOUTH+TERHADAP+KEPUTUSAN+PEMBELIAN+BOLU+SUSU+L+EMBANG.pdf>
- Saputri, S., Paseru, Y., Apriyani, R., Taryari, & Taryo, T. (2022). *Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee konsumen di ciputat 1*. 2.*
- Sari, R., Gusteti, Y., & Purwanto, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga

- Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Bella Square (Kw 3) Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 2(2), 10–27.
- Sari, V. R., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Promosi, Word Of Mouth dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *Disrupsi Bisnis*, 6(1), 11.
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Sitompul, s. s. (2019). Model analisis pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian xiaomi smartphone. *Journal of Economic, Bussiness, and Accounting*, 2.
- Sopiyan, P. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas (Studi Pada Pelanggan Produk Skincare Garnier di Majalengka Kota). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 187–199. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v2i1.899>
- Sopuroh, S., & Tanjung, H. (2022). Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 730–744. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1304>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). ALFABETA.
- Susanti, V. (2021). The influence of trust, brand image, security on the interest in buying tickets in the traveloka site. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 5, 13–21.
- Tilaar, F., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2019). Pengaruh kepercayaan, dan motivasi terhadap minat beli pengguna shoppe secara online pada anggota pemuda gmim zaitun mahakeret. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037.
- Tritetty, L. (2019). *pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk*.
- Wandasari, N. K. R. D., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Instan Merek Sedaap Di Kota Denpasar. *Values*, 1(3).
- Wicaksono, A. B., & Soebiantoro, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di

- Surabaya. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 8(3), 1026.
<https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- 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>
- Wulandari, I., & Hartono, S. (2022). Keputusan Pembelian Melalui Online Ditinjau Dari Kemudahan, Promosi, Kepercayaan, Dan Kualitas Produk Pada Batik Gunawan Di Surakarta. *Edunomika*, 06(01), 107.
- Yoepitasari, A. H., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 15, 15(1), 14.
- 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.