

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiawaty, S., Kambuno, A. B., Veronika, S., Habeahan, S., & Silaban, B. E. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Market Place. *Judicious*, 3(2), 370–373. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1298>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Agustianti, R. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF* (N. M. Ni Putu Gatriyani (ed.); 1st ed.). Tohar Media.
- Ardianto, R. (2023). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK HP ( Studi Kasus pada Konsumen Toko Enterkomputer )*.
- BAMBANG HERIYANTO, S. K. N. M. K. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Teori dan Aplikasi* (Revisi). Perwira Media Nusantara.
- Bayu, B. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Baju Ershop Di Desa Endang Rejo. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan ...*, 3(1), 393–396. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka/article/view/141>
- Damanik, H. M., Samosir, H. E., Purba, M. ., & Yudistira, W. (2022). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Merek Compass. *Jurnal Ilmiah Simantik*, 6(2), 27–32.
- Deviyanti, Latief, F., & Nurhaeda. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 103–113.
- Dharmanto, A. & I. D. (2018). Implementasi Strategi Promosi Dan Digital Marketing Melalui Instagram Dalam Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Saat Pandemi Covid 19 Di Ifootball Store Kota Bekasi. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 11(1), 1–1.
- Doni Marlius, & Kesy Noveliza. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babeeshopp Padang. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 255–268. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i1.1251>
- Eri Friyani, W. E. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GLOBAL EXPEDISI SOLUSI*.

- Febriyanti, F., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.917>
- Fenty Anggriani, A. S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA BATAM. *Bandung Conference Series: Business and Management*. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.8846>
- Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Roushandy Asri Fardani, S.Si., M. P., Jumari Ustiauwaty, S.Si., M. S., Evi Fatmi Utami, M.Farm., A., Dhika Juliana Sukmana, S.Si., M. S., & Ria Rahmatul Istiqomah, M. I. K. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu.
- Iih Sholihah, H. (2023). *Pengaruh Pendapatan, Iklan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo di Kawasan Dormitory Batamindo Kota batam*.
- Lestari, D. P., & 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), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–8. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Oktaviany W & Susanti D N. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG AYAM BAKAR KRATON KEBUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1). <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Onsardi, O., & Tamsi, F. L. (2023). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt Bio Nusantara Teknologi. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 109–117. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i1.4433>

- Pambudhi, A. B. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Di Sports Stasion Rita Supermall ....* <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/7291>
- Purwadinata, S., Batilmurik, R. W. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Kajian Teoretis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian* (1st ed.). CV Literasi Nusantara.
- Ramdani, D. W., & Kusumahadi, K. (2023). The Effect Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth In Social Media Instagram Toward On Purchasing Decision Of Xiaomi Smartphone. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(3), 477–491. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i3.20719>
- Rehansyah, F., & Nancy Simatupang, L. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen USNI*, 6(2), 37–52.
- Retno, D., Nurrohmah, S., & Wahyuningsih, E. (2022). FASHION AND FASHION EDUCATION JOURNAL Studi Kenyamanan Sepatu Kain Blacu. *Ffej*, 11(2), 61–68. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ffe/index>
- Ria Wati, D., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Digital Marketing, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Di Kota Batam. *Dynamic Management Journal*, 7(4), 603–613. <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i4>
- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., & Indragiri, U. I. (2021). *Jurnal Masohi*. *Jurnal Masohi*, 02(01), 42–51.
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331–340. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>
- Selly. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE OLEH MAHASISWA DI KOTA BATAM. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v4i1.133>
- Setyawati, R., Suhartono, S., & Asmoro, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Real Property Melalui Digital Marketing Sebagai Variabel Intervening Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 68–84. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.402>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on

Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>

Slamet Riyanto, A. A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Sugiyono, P. D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); 2nd ed.). ALFABETA BANDUNG.

Utomo, J., Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno. (2023). ANALISIS PENGARUH PRODUK, PROMOSI dan DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BELANJA ONLINE DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI INTERVENING. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100–116. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i1.472>