

DAFTAR PUSTAKA

- (Tunis dan Martina, 2016). (2016). Pariwisata, Vol. III No. 1 April 2016. (*Tunis Dan Martina*, 2016)., III(1), 60–72.
<https://doaj.org/article/49cc795095d141b08bc4c093f5f9328c>
- Abarna, K. R., Vijayalakshmi, V., & Andal, V. (2023). Impacto del riesgo y la confianza en la decisión de compra de los clientes de compras en línea: un estudio con referencia a la ciudad de Chennai. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 1–10.
<https://openaccessoj.com/JPReview/article/view/1150>
- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Anggraini, A., & Nasution, Y. S. J. (2023). The Effect of Positioning, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions for Motor Vehicle Insurance at PT Asuransi Askrida Syariah, Medan Branch. *Management Analysis Journal*, 12(1).
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/65896%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/65896/23997>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
<https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Astuti, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 1–14.
<https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v5i1.2573>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 331–340.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34722>
- Devananda, L., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Brand Image, Keamanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee Generasi Y & Z). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8072–8079. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i10.2183>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.).
- Hidayaturohmah, S. N., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Prima Komputer Demak). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3633–3643.
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/2557/1412>
- Kunci, K. (2024). (*Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang*). 7(1), 68–79.
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1336/704>
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk*

- Dan Merek, August, 143–144.
https://www.researchgate.net/publication/334964919_Buku_Pemasaran_Produk_dan_Merek/link/5d47e1a04585153e593cff86/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Maulana, C. A., & Maskur, A. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 36–50. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5386>
- Prasetya, R. A., & Asteria, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Lazada. 3(3), 78–90.
<https://www.jurnal.uts.ac.id/index.php/Tambora/article/view/2180/1239>
- Rahmawati, A., Maskur, A., & Semarang, U. S. (2023). Decisions At PT. Nusantara Sakti , Mijen Branch , Semarang City Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT . Nusantara Sakti Cabang Mijen , Kota Semarang. 4(4), 3606–3614.
<https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/1705/1410>
- Santoso, A., Muhammadiyah, U., & Harmoni, P. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap. *Jurnal Ekuilibrium*, 11(1), 43–55.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johannes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2023). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk dalam Membangun Kepuasan dan LNiat Pembelian Ulang: Sebuah Kajian Teoritis. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(23), 1192–1203.
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjournal-nusantara.com%2Findex.php%2FJIM%2Farticle%2Fdownload%2F1412%2F1222%2F2505&psig=AOvVaw0awKEaV2gIEDNO9coK2xrL&ust=1711765360812000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAUQn5wM ahcKEwjgyc6BtZiFAxUAA>
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=
- Tarigan, Z. V. (2024). Pengaruh Media Sosial Online , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Nuansa Caffè Saribudolok Kecamatan Silimakuta. 4. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8723/5960>
- Yossie Rossanty, Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, F. A. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial* (R. Franita (ed.)). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI, 2018.
https://books.google.co.id/books?id=LgmZDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Zesvin, Z., & Nainggolan, N. P. (2023a). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan

Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk EcoKing di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 49. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.908>