

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Agustawan, A., Nurwanita, N., & Fatma, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Vixion. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 59–75. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i1.23.59-75>
- Alief, R., Adi, R., & Rochmoeljati, R. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan Customer Experince Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Wifi. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(6), 1160–1166. <https://doi.org/10.55123/insologi.v2i6.2972>
- Anggraeni, R. F., & Aminah, S. (2024). Pengaruh E-WOM dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Revlon di Kabupaten Jombang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2861–2869. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4509>
- Chintya, M., & Rismawati. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(7).
- Dirgantara, R. P. A., & Mahariono. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng 69. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(8), 17.
- Eliana, B. V. C. (2024). Pengaruh Merek, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hair Care Makarizo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 770–786. www.topbrand-award.com
- Fawwaziyah, A., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bata (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(6). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3111%0Ahttp://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3111/3126>
- Janah, M., Haryanti, I., & Ernawati, S. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Foodbox Kota Bima. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(3), 216–237. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i3.496>
- Juli, P. R., Suardhika, I. N., & Hendrawan, G. Y. (2021). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *Jurnal Values*, 2(2), 373–385.
- Meizary, A., & Lestari, W. R. (2024). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Di Bandar Lampung. *Jesya*, 7(1), 791–803. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1461>

- Nababan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 195–204. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.914>
- Nadirah, A., Risal, M., & Ikhwan, N. (2023). Effect of Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 17(2), 390–398. <https://doi.org/10.55208/jebe.v17i2.444>
- Nainggolan, R. A., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Review produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. *JEMI*, 23(2), 49–59.
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78.
- Pangestu, A. R., & Yahya. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Perlengkapan Abri Santy Sembada 10 Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(5), 1–18.
- Putri, S. H. D. E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Two Way Cake Di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 23(2), 60–71.
- Putti, A. R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kreatif All Crafts supply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol.8(4), 141–152.
- Ramandika, M. D., & Rohman, F. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan secara Daring, dan Variansi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 1–12.
- Saribu, H. D. T., Gulo, R. E. P., Rebecca, T., Sihotang, B. M., & Nadeak, A. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Mark Dynamic Indonesia, Medan. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 274–284.
- 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>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.

- Sujarwo, J. E. A., & Matruty, E. S. H. R. (2021). The Effect Of Product Promotion And Innovation On Purchase Decisions At Prices As Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 200–206. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.33646>
- Tambing, T., Pongtuluran, A. K., & Pagi, C. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, Vol. 1(4), Hal 162-173.
- Tan, A., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Coffee Di Kota Batam. *Scientia Journal*, 5(4).
- Tjhan, A. V., & Sarudin, R. (2024). Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Otella & Buranchi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 3415–3423. <https://jamane.marospub.com/index.php/journal/article/download/29/82>
- Widyantini, D., & Soekanda, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Pizza hut Bogor. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 153–160. <https://www.sultanist.ac.id/index.php/sultanist/article/view/214/0>
- Wijaya, A., Vincent, W., & Tampubolon, M. (2024). Pengaruh Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk Karung Goni Dan Kotak. 4(3), 640–646. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1027>
- Winardy, I., Purba, P. Y., Chaniago, C., & Andika. (2021). The Positive Impact of Product Quality, Price, and, Promotion on Purchasing Decision of Toyota Innova Cars. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 161–166. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>