

DAFTAR PUSTAKA

- Aldiesi, D. R., & Wahyudin, N. (2024). The Influence Of Brand Image, Service Quality And Price On Indomaret Consumer Purchasing Decisions Through Competitive Advantage As An Intervening Variable. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 301–311.
- Alfiansyah, M. A., & Cahyono, K. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(11).
- 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).
- Darmawan, I. G. D., & Pramudana, K. A. S. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 255. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p03>
- Dewi, J. W., & Sutrisna, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Kaos Miko Dumai. *ECo-Buss*, 6(3), 1137–1151. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1071>
- Ependi, W. A., & Realize. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pesan Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Marina. *Bina Manajemen*, 12(1), 393–411.
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid –19. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1381–1395.
- Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). Dimensi Brand Image Untuk Memprediksi Brand Love Dan Brand Loyaty. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 1005. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9884>
- Harahap, R. A. (2022). Effect of Promotion and Product Quality on Low Cholesterol (LCh) Egg Purchase Decision Consumers of PT. Mabar Feed Indonesia. *International Journal of Comparative Accounting ...*, 1(2), 1–8.
- Jasmani, Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). The Effect of Promotion and Quality of Service on Consumer Purchase Decisions of Carpet Products in PT. Belindo International Carpet in Cikupa Tangerang. *International Journal of Education, Information Technology, and Others (IJEIT)*, 5(2), 119–126. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6401977>
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–

16. <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i2.64>
- Lestari, A. O., & Nawangsari, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Keragaman Produk Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Di Jabodetabek). *Agustus*, 3(2), 153–166.
- Maharani, N. W. S. D., Wimba, I. G. A., & Wulandari, N. L. A. A. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Minat Beli. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(4), 2003–2005.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang Buying Decision Analysis on Nilang Coffee Shop Consumers. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 2746–4229. <http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb>
- Mauludi, A., Haryanti, N., & Putri, I. N. K. (2023). The Influence of Brand Ambassadors and Promotions on Purchase Decisions Through Brand Image as an Intervening Variable in Tokopedia E-Marketplace in East Java. *International Journal of Economy, Education, Abd Entrepreneur*, 3(2), 368–376. <https://doi.org/10.53067/ije3.v3i2>
- Merta, I. P. G. B., Trinanasari, N., & Bagia, I. W. (2022). Influential Factors of Online Shopping Decision. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 246–252. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.44077>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko Florensia. *Jurnal Martua*, 3(1), 17. <https://ejournal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- 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>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Nurhaida, & Realize. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam. *ECo-Buss*, 5(3), 907–920.

- Oktavianti, D., & Hernisa, R. (2022). Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Skincare Mustika Ratu PT . Mustika Ratubuana International. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 341–355.
- 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.
- Poluan, J., & Karuntu, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/38739/35295>
- 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.
- Purba, P. Y., Andi, A., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i3.28236>
- Putri, C. N., & Fauzi, T. H. (2023). The Effect of E-WOM and Brand Image on Purchasing Decisions of Automotive Products: Mediating Role of Brand Trust. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(3), 843–854. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.843>
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 672–682.
- Sari, I. P., & Realize, R. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Batam. *Jesya*, 6(2), 2177–2190. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1095>
- Setiani, T. C., & Mahargiyono, P. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Pendidikan English First Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–19.
- Setriani, W., & Realize, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Lautan Sarana Nusantara. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research ...*, 8(1). <http://ijcoreit.org/index.php/coreit/article/view/151%0Ahttp://ijcoreit.org/index.php/coreit/article/viewFile/151/181>

- Sherry, S., & Heryenzus, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman. *ECo-Buss*, 5(2), 542–556. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.477>
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2022). 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>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240–245. <https://doi.org/10.37034/infv6i1.856>
- Tamima, F. A., Rusminah, & Permadi, L. A. (2024). Pengaruh Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Produk Iphone Di Kalangan Gen-Z Kota Mataram Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 13(1), 1–9. <https://doi.org/10.29303/jmm.v13i1.804>
- Tarigan, L. L. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Pt Accentuates Samsung Center Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1), 106–113. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/viewFile/154/168>
- Thengio, J., Beatrice, Lie, F., Salim, V., & Krisna, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Expravet Nasuba. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 2(2), 110–116.
- Wahyuni, Y., & Lenti, N. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Pada Konsumen Tiket.Com. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1).
- 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>
- 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>
- Yuningsih, E. L., Siboro, P., & Yokana, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customersatisfaction dimediasi oleh purchase decision. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.