

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.
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3(10), 51–70. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4285/3324>
- Arifah, I. H., Maulana, M. N., & Yusuf, R. (2024). Pengaruh E-Wom dan E-Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Tiktokshop. *Journal of Accounting* ..., 2(1), 96–105. <https://journals.eduped.org/index.php/analysis/article/view/927%0Ahttps://journals.eduped.org/index.php/analysis/article/download/927/587>
- Aulia, E. S., & Nugroho, N. E. (2023). Pengaruh Brand Image, Price, Dan Packaging Product Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 12(4).
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2022). 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>
- Christina, Y., & Purba, T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha. *ECo-Buss*, 4(3), 105–123.
- Eka, D., Khoirunnisa, V., Dini Wilanda, S., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i2.749>
- Elisa, & Purba, T. (2024). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline di Kota Batam Abstrak : *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 373–383.
- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2547>
- Irawan, S. A., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(7), 1–16.

- Janji, T., Sitinjak, R., Sitinjak, T., Rakhman, A., Tio, M., & Suryawan, D. (2023). The Influence of Service Quality , Brand Trust , and Advertising on the Purchase Decision during the Covid-19 Pandemic. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 1042–1049.
- Khoirunnisah, D., & Wahyuni, D. U. (2022). Pengaruh Kualitas, Citra Merek, Persepsi Harga Terhadap Pembelian Vespa Piaggio Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–16.
- Kristamus, S., & Purba, T. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Remaja Pada Tissue Basah Dettol Di Kota Batam. *ECO-Buss*, 5(3), 894–906. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.650>
- Manggala, T. A., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh Kebijakan Harga , Citra Merek , dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Spring Bed King Koil PT . Duta Abadi Primantara. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Natalia, Y., Herman, & Azari, C. (2022). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Wajah Scarlett Whitening. *JAB: Journal of Accounting and Business*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.30649/jab.v1i1.76>
- Novianti, F., & Purba, T. (2022). Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 8(1), 57–67. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.647>
- Nurafiah, S. (2023). Pengaruh iklan, public relations, direct dan online marketing terhadap keputusan pembelian properti di Depok. *Jurnal Portofolio: Jurnal Manajemen Dan ...*, 2(1), 75–86. <http://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/view/135%0Ahttp://www.jurnalprisanicendekia.com/index.php/portofolio/article/download/135/138>
- 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.
- Oktavira, W., & Sunargo. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bear Brand di Kota Batam. In *eCo-Buss* (Vol. 6, Issue 1). <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.628>
- Prayitno, S. Y., & Sitohang, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lokal Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*,

12(9).

- Purba, F. R., & Paramita, E. L. (2021). The Influence of eWOM and Customer Satisfaction on Purchasing Decisions. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4), 578. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i4.40447>
- Putra, R., & Herfianti, M. (2024). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mobil Almaz Pt. Wuling Motor Arista Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 5(1), 319–331. <https://doi.org/10.36085/jems.v5i1.5978>
- 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>
- 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.
- Rasyidi, A. A., & Patma, T. S. (2024). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Gojek. *SENMABIS: Conference Series*, 2(1), 318–327.
- Sisientia, A. G., & Siahaan, S. L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie PT . Indofood di Lingkungan Mahasiswa Asaindo. *Jurnal Cendikia Ilmiah*, 3(2), 537–547.
- Solihin, D., Ahyani, & Setiawan, R. (2021). The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (ed.); ke 2). Alfabeta.
- 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>
- Wijaya, F., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap PT Continental Industry Supply. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 850–858.