

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., & Djawoto. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Queenstreetstore Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 15.
- Aisyi, A. S., & Astuti, S. R. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Entrepreneur Dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada Street Boba Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(5), 1–12.
- 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 Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 301–311. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.1.301>
- Alif, N., & Evyanto, W. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Produk Honda Beat Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2), 1–9.
- Ananta, A. F., & Budiyo. (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>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44. <http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/view/689>
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). 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>
- Daswan, L., Lestari, T. D., Fauzan, Markoni, & Hartini. (2024). Pengaruh E-Wom Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 16(2), 28–37.
- Ependi, W. A., & Realize. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Pesan Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Marina. *Jurnal Bina Manajemen*, 12(1), 393–411.
- Ernando, V. N., & Albanna, F. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui Traveloka. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 346–354. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i3.370>
- Fatmawati, I., Abiyyu Fathin, A., & Jaroenwanit, P. (2023). Understanding How Customers Shape Purchase Decisions In The E-Commerce Marketplace. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 15(2), 229–254. <https://doi.org/10.26740/bisma.v15n2.p229-254>
- Haerani, P. N., Latief, F., & Agunawan. (2023). Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Kozi Coffee Di Makassar. *Jurnal Manuver: Akuntansi ...*, 1(1), 15–29. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver/article/view/3625%0Ahttps://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver/article/download/3625/1831>

- Hartono, C., Silintowe, Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). The Ease Of Transaction And E-Service Quality Of E-Commerce Platform On Online Purchasing Decision. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(2), 81. <https://doi.org/10.26740/bisma.v13n2.p81-93>
- James, & Realize. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ban Pada PT Adaban Makmur Sukses. *YUME : Journal of Management*, 7(2), 8–19.
- Karim, F. A., & Prijati. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(9), 1–17.
- Khoirunnisa, D. E. 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>
- 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>
- Lubis, M. D. P., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan , Keamanan , dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 209–218. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- 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.
- Purba, M., Samsir, & Kasman, A. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Putra, I. S., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Pelanggan Di Esterakyat. *Journal of Culinary*, 3(2), 1–16.
- 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>
- Rolando, B., & Wigayha, C. K. (2024). Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus Pada Pelanggan Aplikasi Kopi Kenangan.

- Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(4), 91–100.
- 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.
- Rupilu, K. T. Y., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Bernardi (Studi Kasus Di Giant Arif Rahman Hakim Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(9), 1–18.
- Saputra, A., & Putri, S. (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. <https://ejurnal.unikarta.ac.id/index.php/jemi/article/view/141>
- 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.
- Sulkarnain, R., Dirwan, D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Nobel Management Review*, 3(4), 608–621. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3452>
- Susetyo, R. R. N., & Suwitho. (2021). Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(7), 1–19.
- Syntia, S., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Skincare Hanasui di Batam. *Cafetaria*, 4(2).
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- 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>