

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruq, A. A., & Ramadhan, F. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitsubishi Xpander Di Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, Tangerang Dan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(2), 79–88.
- Amin, A. M., & Hendra, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. Co. Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 78–89.
- 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), 1861–1869.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ayuningtyas, K. dan H. G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, vol 2 no 1, 152–165.
- Calvary, T., & Syahrinullah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek “NIKE” dikota Jepara. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 151–160.
- Damayanti, Y. (2021). Kajian literatur efektivitas electronic word of mouth (E-Wom) dalam meningkatkan minat beli konsumen di sosial media. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1), 31–45.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dr. Dede Hertina et al. (2024). *Metode Penelitian Bisnis*. https://books.google.co.id/books?id=B9ntEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA55&dq=operasional+variabel+adalah&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=operasional+variabel+adalah&f=false
- Eldiansyah, R., & Suwarni, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Hybrid Toyota Kijang Innova Zenix:(Studi Kasus Pada Masyarakat di Bandar Lampung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 130–138.
- Faijah, N., Nuryadi, N., & Marhaeni, N. H. (2022). Efektivitas penggunaan game edukasi Quizwhizzer untuk meningkatkan pemahaman konsep teorema pythagoras. *PHI: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(1), 117–123.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–113.
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever. *Jurnal Ekonomis*, 15(1c).
- Hasibuan. (2020). E-bussines Implementasi, strategi, dan Inovasi. *Yayasan Kita Menulis*, 1.

- Huang, M., Cai, F., Tsang, A. S., & Zhou, N. (2021). Making Your Online Voice Loud: the critical role of WOM information. *European Journal of Marketing*, 1277–1297.
- Kuncoro, H. F. T., Anam, S., & Sanusi, M. (2020). Analisis pengaruh dana pihak ketiga dan non performing financing terhadap return on asset pada BPRS di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 88–94.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Lini, N., Efendi, B., Purwanto, H., & Yudianto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian. *MAGNA: Journal of Economics, Management, and Business*, 3(2), 23–30.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). ngaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Marbun, K. Y., & Khoiri, M. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah Garnier di Kota Batam. *Disrupsi Bisnis*, 7(1), 24–34.
- Marlius, D. (2021). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 1(1).
- Matias Andrianus, S., Karim, S., & Eka, D. (2021). *Analisis Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Positioning Lotte Mart Wholesale Palembang (Studi Kasus Perbandingan Antara Lottemart Whole Sale dengan Indogrosir Palembang)*.
- Maulana, R. I. (2022). Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion dan Impulse Buying. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).
- Nawangsari, S., & Karmayanti, Y. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui media sosial instagram (Studi kasus pada online shop YLK. Store). *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI)*.
- Nazamudin. (2020). *Memahami Makroekonomi Melalui Data dan Fakta*. Syiah Kuala University Press. https://www.google.co.id/books/edition/Memahami_Makroekonomi_Melalui_Data_dan_F/dNgNEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=data+primer+dan+data+sekunder+adalah&pg=PA16&printsec=frontcover
- Nurliyanti, N., Susanti, A. A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
- Priyanda et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Putri, T. B., Savitri, C., & Fadilla, S. P. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran dan E-Wom pada Media Sosial Tiktok Shop terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z di Kabupaten Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan*

- & *Bisnis Syariah*, 6(2), 2442–2454.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25–29.
- Rahmawati, W., Masita, T. E., Uripi, C. R., & Aziezy, E. (2024). Pengaruh Lifestyle, Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Elzatta Di Kabupaten Purbalingga. *Majalah Imiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 130–139.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui shopee. *Solusi*, 21(3), 259–269.
- Saktiawan, A. B. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK SMARTPHONE OPPO. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(2), 1285–1305.
- Saputri, N. F., & S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Two Way Cake Pixy. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 376–386.
- Sujono, S., & Santoso, H. B. (2021). Analisis Kualitas E-Learning dalam Pemanfaatan Web Conference dengan Metode Webqual (Studi Kasus: Universitas KH. A. Wahab Hasbullah). *E-JURNAL JUSITI: Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 6(1), 69–77.
- Thurau. (2021). Electronic Word Of Mouth Via Consumer Opinion Platform: What Motivates Costumers To Articulate Themselves on The Internet. *Journal of Interactive Marketing*, 38–52.
- Triana, D., & Hidayat, R. (2023). Analisis Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Antara Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiomi di Yogyakarta). *Jurnal Economina*, 2(2), 586–601.
- Wadiyastuti, S., Suherman, E., & Khalida, L. R. (2024). Peran Kepercayaan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh E-WoM Terhadap Keputusan Pembelian Electronic Di Shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 6087–6102.
- Wahyuni, N. P. E., Suputra, G. A., & Arsha, I. M. R. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Melalui Platform Tokopedia. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4(10), 1958–1970.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148–1160.