

DAFTAR PUSTAKA

- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Oleh Suatu Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee* (Vol. 20, Issue Desember). <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>
- Chintya, M. (2023). *Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. <https://compas.co.id/article/body-lotion-scarlett/>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek oleh suatu keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi oleh suatu keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid – 19. *Jesya*, 5(2), 1381–1395. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.739>
- Fraya, V., & Nst, H. (2023). Pengaruh E-Wom Oleh Suatu Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Pada Indomaret Cabang Mandala By Pass. In *Jurnal Ilmiah Metadata* (Vol. 5, Issue 2).
- Hardani, Ustiawaty, J., Andriani, H., istiqomah, ria, Sukmana, D., Fardani, R., auliya, nur, & Utami, E. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Helen Heliani, Dedy Ansari Harahap, & Septiana Ayu Estri Mahani. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Brand Trust Oleh suatu keputusan Pembelian pada Coffee Shop Work Coffee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i2.4485>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*. Rajawali Press.
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Oleh Suatu Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor*. 6(3), 2022.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Oleh Suatu Keputusan Pembelian Handphone Oppo*.
- Mahiri, E. A. (2020). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh, Brand*

- Image Dan Store Atmosphere Oleh suatu keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran.*
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Frenredy, W., & Dharmawan, P. (2020). *Wilson dan Purnama: Dimensi Brand Image untuk Memprediksi Brand Love dan....*
- Matondang, N., & Astuti, M. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mauludi AC, 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 Social Science and Business*, 7(3), 713–724. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i3.58889>
- Miati, I., Yppt, S., & Tasikmalaya, P. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Oleh suatu keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nainggolan, N. P., & Artikel, I. (2021). Analisis Landasan-Landasan Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Nu Green Tea Di Kota Batam. In *Jurnal Riset dan Aplikasi: Akuntansi dan Manajemen* (Vol. 1, Issue 2).
- Naufal, M. D. D. , & N. S. (n.d.). *Naufal, M. D. D., & Nalurita, S.*
- Ningrum, L. M. P. & E. R. (2023). *elkhanjulianbrillianshah,+394-403.*
- Nurhaida, & Realize. (2023). *eCoa-Bussi 907 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Oleh suatu keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak di Kota Batam*. www.topbrand-award.com
- 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 Manajemen Dan Bisnis*, 9(3). <https://doi.org/10.17358/jabm.9.843>
- Romadon, A. S., Meirisa,) ;, Pramusinto, A., Salwa,) ;, & Kamelia³, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Oleh Suatu Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 259–269.
- Rosi, D., Dadang Suparman, H., Pdi, S., & Sukabumi, P. (2020). Pengaruh Gaya

- Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Dengan Kinerja Karyawan Pada Pt. Pratama Abadi Industri Sukabumi (Studi Kasus Departemen Stockfit P2). In *Jurnal Mahasiswa Manajemen* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMM/issue/view/22>
- S., W., Santosa, P., Heryana, N., Lakollo, L., Ristiyana, R., Roni, K., Onibala, F., Effendi, N., Manoppo, Y., Khaerani, R., Seto, A., Christin, G., & Juwono, E. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: dengan Aplikasi IBM SPSS*.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari, I. P., & Realize, R. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan Dan Promosi Oleh Suatu Keputusan Pembelian Pada Shopee Di Kota Batam. *Jesya*, 6(2), 2177–2190. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1095>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Oleh suatu keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Sofiyana, M. S., Aswan, N., Munthe, B., Wijayanti, L. A., Jannah, R., Juhara, S., Tedy, S. K., Laga, E. A., Sinaga, J. A. B., & Suparman, A. R. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Global Eksekutif Teknologi.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Winardy, I., Yanti Purba, P., Chaniago, C., Studi Manajemen, P., & Ekonomi, F. (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>
- Yanti Purba, P., Pratiwi, T., Jensen, J., & Irwansyah, A. (2020). LOGO Jurnal Product Prices, Service Quality, Promotion Affect Decisions on Purchasing Motorcycle Parts ARTICLE INFO. *International Journal of Social Science and Business*, 4(3), 455–463. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>