

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- 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).
- Anissa, R., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Private Label Pada Minimarket Indomaret. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9). <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>
- Arlina, Wijaya, E., & Nurzam. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Indomarco Adi Prima Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1631–1639. [http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB 2 AKHIR.pdf](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB%202%20AKHIR.pdf)
- Azizah, I., & Astuti, P. B. (2024). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Miniso di Trio Mall Kebumen. *JIMMBA (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi)*, 6(2), 241–255.
- 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>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- 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.
- Frisia, W., & Sitorus, D. H. (2025). Pengaruh Brand Image, Inovasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Kota Batam. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 690–704.
- Gustiawan, B., Putri, L. T., & Salis, M. (2022). Effect of trust, quality of service and product quality on consumer loyalty in CV. Naisha Madu Nusantara. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 4(1), 54–64. <https://doi.org/10.55768/jrmi.v4i1.92>
- Hansen, C., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk , Kualitas Produk , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. *Disrupsi Bisnis*, 6(5), 551–562.
- Hasibuan, M. (2022). The Effect of Digital Marketing and Product Diversity on Interests and Impact on Student Decisions in Choosing Private Universities in Padangsidimpun City. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <http://ijair.id/index.php/ijair/article/view/699%0Ahttp://ijair.id/index.php/ijai>

- r/article/download/699/336
- Lubis, R. S. B., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Gofood di Kota Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(4), 354–364. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/drb.v6i4.30441>
- Nadirah, A., Risal, M., & Ikhwan, N. (2023). Effect of Product Quality and Promotion Mix on Coca Cola Purchase Decition. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(3), 881–886. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.881>
- Nainggolan, R. A., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee Di Kota Batam. *JEMI*, 23(2), 49.
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Batam Center. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 192–204.
- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(3), 687–704.
- Primadineska, R. W., & Jannah, S. M. (2021). Perceived Security and Trust in Electronic Payment Systems: How They Affect the Decision to Use EPS During the COVID-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2). <https://doi.org/10.18196/mb.v12i2.11456>
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 905–914. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>
- Rahmwati, E., Badlowi, I., & Dwihandako, T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 230–242. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.114>
- Sancai, Susanto, & Utama, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. Solusi Bangun Andalas Medan. *Seminar Nasional Sosial, Humaniora Dan Teknologi*, 2(1), 119–121.
- Sembiring, M. J., Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2022). The Impacts of Product Quality, Promotion, Brand Association, Purchase Decisions on Japanese Motorcycles. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2), 214. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2022.v16.i02.p03>
- Sigalingging, P. M., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee di Kalangan Mahasiswa Kota Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 1004–1009.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). 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.
- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Supriadi, Y. N., Ariefiara, D., Desmintari, D., & Ahman, E. (2021). Membangun Citra Merek Perusahaan Dan Kualitas Produk Dalam Memediasi Pengaruh E-Wom Pada Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Digital. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 311–330.
- Wedari, W. G., Rusandy, D. S., & Dewi, A. S. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Jati Mulia Kauman Tulungagung. *Journal of Management And Social Sciences*, 2(4), 38–48. <https://doi.org/10.55606/jimas.v2i4.646>
- 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>
- Yanuar, A., & Asmoro, M. (2022). Pengaruh Harga , Promosi , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud Tape 31 Bondowoso. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11), 1–18.
- Yolandia, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada TB ISNA Tulungagung. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(69), 5–24.
- Zuhro, Z., & Budiyanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Crispy (Studi Pada Dynes Fried Chicken Cabang Kaliasin Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9).