

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6, 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, Brand Image on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3, 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Andriani, F., Bi Rahmani, N. A., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2, 985–1005. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i4.3769>
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, DKI Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6, 1293–1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Arfa, D. A., & Mango, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Merek Hanasui. *Ekomen*, 23(2), 76–91. <https://ojs.unsimar.ac.id/index.php/EkoMen/article/view/570>
- Arrosadi, A. H., & Achsa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 165–174. <https://doi.org/10.32832/MANAGER.V5I2.7156>
- Azizul Khakim, M., & Medina, S. (2023). Analisis Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian HP Merk Apple. *Strata Business Review*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.59631/SBR.V1I1.21>
- Dewi, S. N., & Aris Tri Haryanto. (2021a). PERAN TAMPILAN PRODUK, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN SHOPEE. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5, 101–114. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.2841>
- Dewi, S. N., & Aris Tri Haryanto. (2021b). Peran Tampilan Produk, Keamanan dan Kemudahan Pada Keputusan Bertransaksi Menggunakan Jasa Pengiriman

- Shopee. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5, 101–114. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i1.2841>
- Eneng Wiliana, & Dian Aprilia Surya. (2022). Pengaruh Kepribadian dan Etika Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT Cimb Niaga Cabang Slipi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1, 586–594. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i4.1467>
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid – 19. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1381–1395. <https://doi.org/10.36778/JESYA.V5I2.739>
- Fauziah, I. N., & Supriyono, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mesin Cuci Merek LG di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 9(1), 573–578. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1714>
- Febriyanti, & Ananda Rustam, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Lazada di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 81–89. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.917>
- Gumanti, M., & Utami, B. (2021). Analisis Korelasi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Skincare (Studi Pada Klinik Puspita Pringsewu). *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 9(2). <https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/4513>
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8, 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Hanifa, N., & Purwanto, H. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Food Vlogger dan Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sushi Kun di Madiun. *SIMBA : Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 6(0). <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6533>
- Hendra, H. (2025). Pengaruh E-WOM, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Produk Ms Glow di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i1.9540>

- Herawati, S., & Halim, P. A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kitchen Set di PT. Niaga Sarae Intermedia. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (e-Journal)*, 12(2), 67–74. <https://doi.org/10.24127/ajpm>
- Hilda Salman Said, Chusnul Khotimah, Dekri Ardiansyah, & Hanifah Khadrinur. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas: Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Matakuliah Accounting For Business atau Pengantar Akuntansi. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3, 249–259. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i2.776>
- Hutasoit, R., Nadapdap, K. M. N., & Napitupulu, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tampilan Produk, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Jl. Jamin Ginting (Padang Bulan, Kota Medan, Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 10, 177–187. <https://doi.org/10.46880/methonomi.Vol10No2.pp177-187>
- Imanto, T., Edris, M., & Fatiz, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko ATK Hikmah. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 313–318–313 – 318. <https://doi.org/10.34308/EQIEN.V10I2.610>
- Ismunandar dan Irma Mardian. (2021). Pengaruh Lifestyle dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Masyarakat Kota Bima. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2, 494–500. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss10pp494-500>
- Kuengo, F. A., Taan, H., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 54–65. <https://doi.org/10.37479/JIMB.V5I1.14234>
- Maulana, S., Abdullah, S., & Levyda, L. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran, Sosial, dan Kepribadian terhadap Pembelian Hunian Properti di Kota Tangerang Selatan. *Journal of Applied Management Research*, 1, 109–118. <https://doi.org/10.36441/jamr.v1i2.365>
- Mentu, M. D. (2023). Pengaruh Kebersihan, Tampilan Produk, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Midal Tanta Rosye di Woloan Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11, 1632–1641. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52810>

- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6, 249–266. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>
- Nafis, R. W., Priantono, S., & Safitri, A. (2021). *The Influence of Lifestyle, Social Class and Personality on Purchasing Decisions*. Progress Conference. <https://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/351>
- Nagyová, L., Géci, A., Krivošíková, A., & Horská, E. (2021). The Impact of Consumer Personality on Purchasing Behavior in the Dairy Market in Terms of Psychological Factors. *Potravinárstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 15, 226–234. <https://doi.org/10.5219/1556>
- Nardo, L., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer CV. Supra Jaya Motor Cianjur. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2, 433–448. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.234>
- Nur Setiyadi, I., Rahman Alamsyah, A., & Kusdyah Rachmawati, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena di Kabupaten Pati. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 122–136. <https://doi.org/10.37403/MJM.V8I2.470>
- Oktaviani, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.4768>
- Pamuharsi, Purnomo, U., & Marlina Dewi, I. (2022). *Pendekatan Uji Statistik Peminatan Prajurit Marinir dalam Mengikuti Pendidikan Brevet Intai Amfibi (Taifib) | Pamuharsi | Rekayasa*. Journal Of Science and Techonology 2. <https://journal.trunojoyo.ac.id/rekayasa/article/view/16212/7026>
- Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, dan Tmpilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 3, 421. <https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909>
- Purwaningrum, C. (2024a). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Smiggle Pada Pengguna Instagram Jabodetabek. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan*

Pendidikan, 4(6), 768–779. <https://doi.org/10.36418/SYNTAX-IMPERATIF.V4I6.311>

Purwaningrum, C. (2024b). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Smiggle Pada Pengguna Instagram Jabodetabek. *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(6), 768–779. <https://doi.org/10.36418/SYNTAX-IMPERATIF.V4I6.311>

Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Selemba Empat.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Tabita, I. D. A. T. P., I Gusti Agung Sasih Gayatri, & Ida Gede Aninditha Negarakertawijaya. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic di PT Astra Honda Motor Cabang Negara Kabupaten Jembrana. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3, 344–357. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.2147>

Winardy, I., Chaniago, C., & Andika, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Innova. *International Journal of Social Science and Business*, 5. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.35512>

Yusuf. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(1), 35–48. <https://doi.org/10.32833/majem.v10i1.446>

Yusuf, M., Said, M., Nurhilalia, N., & Yusuf, Y. Y. (2022). The effect of brand image, price, service, product quality and promotion on consumer buying decisions for car purchases: A case study of Bosowa Berlian Motor Inc. in Makassar. *Applied Marketing Analytics*, 7, 260–275. <https://doi.org/10.69554/ipzy6478>