

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. Y. D., & Sulton, M. (2024). Pengaruh e-WOM dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk di Instagram Persela Store. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1).
- Ac, A. M., 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), 519–530. <https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.166>
- Anwar, S. (2020). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8, 340–348. www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Ardhianti, D., & Kusuma, P. J. (2023). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Body Scrub Scarlett Di Aplikasi Shopee). *Jurnal Maneksi*, 12(4), 950–962. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.2026>
- Arianty, N. E. L. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 13(1), 101–115.
- Chusnah, & Nurlailasari, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Ctra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Dari PT Mandom*. 5(2), 298–314. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i02.2716>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Febriyanti, N. F., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina (Studi Pada Remaja Di Kota Surabaya). *JIMEK*, 2(2).
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hulima, J. S. P., Soepono, D., & Tielung, M. V. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Wardah Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 1167–1177.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Maker: Jurnal Manajemen *Marketplace* Shopee Di Mojokerto. *MAKER: Jurnal Management*, 6(1), 31–42.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Islamiyah, K., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2579>

- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Karinina, S. T., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Lazada (Studi Kasus Di Tiban Indah). *ECo-Buss*, 5(3), 831–843. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.618>
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 8–16. <https://doi.org/10.55049/jeb.v11i2.64>
- Lestari, R. D., Farida, U., & Purwaningrum, T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4252.
- Nainggolan, E., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, S. (2022). Pengaruh Sikap Konsumen dan Pemasaran Relasional Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk CV.Sejahterah Aluminium. *Seminar Nasional Sosial, Humaniora Dan Teknologi 2022*, 68, 543–551.
- Naisaniya, F. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Produk Rabbani. *Value*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.36490/value.v4i2.935>
- Ningrum, L. S., Lukitaningsih, A., Diansepti, B., & Maharani. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc di Kota Yogyakarta*. 5(5), 3463–3479.
- Nofrizal, Sucherly, Juju, U., Khairani, Z., Soviyanti, E., Hadiyati, & N, A. (2023). *Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust? Binus Business Review*, 14(2), 147–161. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8800>
- Noviyanti, S., Hamidi, D. Z., & Ruswandi, W. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Online Shop* (Studi Empiriske pada Pengguna Shopee di Sukabumi). *Jurnal Manajemen Bisnis Almatama*, 1(1), 17–28. [file:///C:/Users/asus/Downloads/235-Article Text-341-3-10-20220413 \(1\).pdf](file:///C:/Users/asus/Downloads/235-Article%20Text-341-3-10-20220413%20(1).pdf)
- Nuraini, I., Elly, M. I. E., & Pujiastuti, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo. *JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(6), 761–771.
- Nyoko, A. E. L., & Samuel, A. D. D. (2021). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Di Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian. *SME's*, 14(1), 63–76.

- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di TokoPedia*. 20(2), 361–375.
- Pamungkas, A. R., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Ambassador* Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 362–369. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2162>
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i1.358>
- Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. (2023). Pengaruh *e-Promotion*, Pelayanan, Kemudahan, e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian, melalui Perilaku Konsumen pada Marketplace Lazada. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 130–141. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i1.15241>
- Priyanto, D. (2020). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*. Mediakom.
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 367. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11507>
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Resiko 3. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10 No(2), 629–636.
- Ramadhan, R. F., Alfitman, & Besra, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan E-WOM pada Keputusan Pembelian Konsumen pasca Pandemi Covid-19 dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 879–884. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.597>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–20.
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh *Viral Marketing*, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Sandra, N. A., Deriani, N. W., & Panjaitan, P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang di Mediasi Oleh Minat Beli. *Widya Manajemen*, 5(2), 147–158. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v5i2.4172>
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Situs Bukalapak Di Kota Semarang)*.
- Sholikha, M. U., & Soliha, E. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Electronic Word Of Mouth, Dan Product Placement Pada Konten Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Pada Pengguna Skintific Di*

- Kota Semarang). 5(1), 1338–1348.
- Sitorus, S. A. (2023). Kualitas Produk, Kesesuaian Harga Dan Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Teh Pucuk Harum Dikota Medan. *Journal Business and Management*, 1(1), 1–10. https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Sualang, G. M. C., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2023). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Harga, Dan Kualitas Poduk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Mandala Finance Tbk, Cabang Ratahan*. 11(2), 335–344.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2020). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. ALFABETA.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93–110. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1256>
- Supriadi, Y. N., Arieftiara, D., Desmintari, & 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.
- Waluyo, W., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2022). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-Wom), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Amanda Brownies Cabang Ponorogo). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, 442–453.
- Wardani, D. S., Ambarwati, D., & Jatmiko, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dian Jaya Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 77–83. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.410>
- Werdayanti, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2 No.2 Juli, Tahun 2008*, 8(3), 595–605.
- Yulia, R., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Online NOTBRAND.CO Di DKI Jakarta*. 4(6), 8792–8800.