

DAFTAR PUSTAKA

- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Christiani, F. A., Vita Fibriyani, & Hari Wahyuni. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Melalui MyTelkomsel. *Revenue Manuscript*, 2(2), 115–128. <https://doi.org/10.63068/revenue.v2i2.53>
- Dewitasari, P. A., Natalia, K., Pangestu, B. N., & Desma, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ayam Geprek Mas Krisht Pasar Kliwon*. 3(5), 1287–1299.
- Dinda, F. (2023). *Pengaruh Price Discount Dan Product Bundling Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Konsumen Cup- Q Go Ice Blend*.
- Hasan, S. (2024). The Influence Of Product Price And Quality On Purchasing Decisions Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3826–3833.
- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- juliandi et al. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Julianingsih, R., Rommy, N., Sukotjo, E., Madi, R. A., Ittaqullah, N., Manajemen, J., & Oleo, U. H. (2024). *Pengaruh food quality, service quality, dan brand image terhadap keputusan pembelian pada mcdonald's di kota kendari 1*. 16(2), 110–123
- Malureanu, A., Panisoara, G., & Lazar, I. (2021). The relationship between self-confidence, self-efficacy, grit, usefulness, and ease of use of elearning platforms in corporate training during the covid-19 pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 13(12). <https://doi.org/10.3390/su13126633>
- Mandiri, J. A., Ismail, Y. L., & Ramlan Amir Isa. (2024). Pengaruh Produk Bundling dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Produk Skincare The Originote di Kota Gorontalo. *Economic Reviews Journal*, 3(2), 1028–1041. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.242>
- Masturiyah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Geprek Bensu Rawamangun Jakarta Timur. *NBER Working Papers*, 201 8, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Nugroho, I. A., & Laily, N. (2022). Pengaruh promosi dan kemudahan akses

- terhadap keputusan pembelian e-commerce Shopee dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4727>
- Rahayu, B., Lisaria Putri, R., & Sutrisno, J. (2023). Product Quality Price and Image Brands Against Purchase Decisions. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(1), 21–30. <https://doi.org/10.52088/jaiem.v1i1.6>
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3), 403–416. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Riki Mahardika, I. K., & Putra Astawa, I. P. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian dengan Product Bundling, In Store Display, dan Diskon. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(12), 2399–2412.
- Sandi, S. (2020). Display Produk, Diskon Harga Dan Bundling Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi*, 2004, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4118>
- Satria, E. (2023). Brand Image , Persepsi Harga , DAN Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *Journal of Economic, Management, Business, and Accounting*, 4(2), 1–11.
- Sibuea, S. J., Oktavhianty, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo. *KONSEP: Konferensi Nasional Social and Engineering Polmed*, 2(1), 635–645.
- SITEPU, R., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Lazada Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i4.7448>
- Sudarman, E., Madiistriyatno, H., & Sudarman, I. (2021). Investigations of Customer Loyalty: Strengthening Product Quality, Brand Image and Customer Satisfaction. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 78. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.006>
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (Sutopo (ed.)). ALFABETA.
- Ummah, H. F., Studi, P., Islam, E., Surabaya, U. N., Fikriyah, K., Studi, P., Islam, E., & Surabaya, U. N. (2024). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 189-206*. 7, 189–206.
- Upi Zulkifli, & Nugraha Saefudin. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Mandraguna. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan Sains*, 2(1), 195–211. <https://doi.org/10.33197/bes.vol2.iss1.2022.1515>
- Villy, & Kusmayadi, O. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telekomsel di Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 866–878.
- Wahyu Intan Isnaini, & Budi Istiyanto. (2023). Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePAY.

- Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 239–256.
<https://doi.org/10.55606/mri.v1i2.1081>
- Wijaya, A., & Kinder, L. (2020). Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 28–38. <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.866>
- Yusniari, A., & Nainggolan, N. P. (2024). *The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Trust On Consumer Purchasing Decisions In Perfume Batam City*. 22(2), 1–10.