

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v19i1.1743>
- Badu.Q, S., & Djafri, N. (2017). *Kepemimpinan dan Organisasi*.
- Chendradewi, R., & Khasanah, I. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Waroeng Steak & Shake Semarang Cabang Kelud). *Diponegoro Journal of Management*, 5(4), 1–12.
- Christy, F. E. (2020). *Top 10 E-commerce di Indonesia Kuartal I 2020*.
<https://Data.Tempo.Co>. <https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
- Hanaysha, J. R. (2018). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://doi.org/10.1108/prr-08-2017-0034>
- Hikmah, J. V. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tempe Di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(01), 210–223.
- Irmaya, A., & Sirait, S. (2017). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. CITRA SHIPYARD BATAM*. 4(2), 2–21.
- Jakni. (2016). *Metodologi Penelitian Eksperimen Bidang Pendidikan*. Alfabeta.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>

- Nurchaya, I. N. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Pratiti, W. Dinar, & Yuwono, Susatyo. (2018). *Psikologi Eksperimen : Konsep, teori dan aplikasi*. Muhammadiyah University Press.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran Produk Peternakan* (M. Prof. Dr. Ir. Nyoman Supatra, MS. (ed.); Vol. 9, Issue 2). Swasta Nulus.
- Refi, T. M. (2019). Pembelian Pakaian Muslim Pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur. *Jurnal Investasi Islam*, IV, 127–140.
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee Indonesia (Survei pada mahasiswa S1 fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang membeli barang secara online di e-commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72(2), 49–56.
- Rizqillah, M., & Kurniawan, P. H. (2019). Pengaruh promosi, kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi Snobby di kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core It*, x, 95–106.
- Sanjiwani, N. M. D., & Suasana, I. G. A. K. G. (2019). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6721.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>
- Santoso, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.24269/ekulibrium.v11i1.112>
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sanusi, A. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Novietha Indra Sallma.
- Sari, Siska Permata. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, SIKAP KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI CV.

- HAYATI CABANG PASAMAN BARAT (Studi Kasus di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat). *Economica*, 5(2), 167–178.
<https://doi.org/10.22202/economica.2017.v5.i2.547>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sulistiowati, I. (2018). *Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam)*. 6(1).
- Sundayana, R. (2018). *Statistik Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlineshop Zalora Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 779. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p19>
- Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer dan Praktis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wiratna, S. (2014). Metodologi penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. In *Pt.Pustaka Baru* (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian). Pustaka Baru Press.
- Wulandari, D. A., & Oktafani, F. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 11(1), 47–58.
- Yuvita, H. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). In *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 9, Issue 3, p. 431). <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004>