

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. Dan Alexander, L. Biel, (2020), *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris Pada Produk).
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Alimuddin, F., & Muslimin, U. (2022). Pengaruh Harga, Periklanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Di Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 38-49.
- Amanda, D. P., & Aslami, N. (2021). The Influence of Brand Image and Advertising on Insurance Policy Purchasing Decisions (Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi). *VISA : Journal of Visions and Ideas* *VISA : Journal of Visions and Ideas*, 1(3), 288–296. <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/visa/article/view/813>
- Andriani, F., & Nalurita, S. (2021). Pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia (studi kasus pada pengguna tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266-278.
- AShimp, Terence. (2003) *Periklanan Promisi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaranterpadu*, Jilid II Edisi Kelima, Jakarta.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Bandar Lampung. *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2, 58–69.
- Buulolo, W., Asmeri, R., & Firdaus, T. R. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung Galaxy Series Di Kota Padang:(Studi Kasus Samsung Center Padang). *Matua Jurnal*, 4(3), 509-526.
- Caterine, C., & Tuti, M. (2023). Pengaruh Iklan Dan Persepsi Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian Vitacimin Melalui Brand Trust. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 26 (2), 52-63
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing 5th Edition* (5th ed.). Routledge.
- Darmawan, I. G. D., & Pramudana, K. A. S. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kain Songket Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 255. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p03>
- Dedhy Pradana, S. H. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 18.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Dwijantoro RDwi BSyarief N. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Gosaroh, R. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Prasanthi Sumberkepuh Nganjuk. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(5), 120-130.
- Gozali, A. (2015). Pengaruh Risk Aversion, Brand Trust, dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Gadget Merek Apple Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4, 1 - 16.
- Hapsari, F. M., Sudarwati, & Mawarti, F. S. (2022). Pengaruh Brand Trust, Media Sosial dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 91-97.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54-70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Hawa, Sarah Dien; Rianto, Sugeng; Nofa, Muhammad Saumi Andrian. (2024). Influence Of Product Quality, Price, Advertising Attractiveness And Brand Image On Purchase Decisions On Honda Beat Motorized Vehicle.
- Hendrayani, I., & Satrio, R. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Palembang). *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(2), 136-143. <http://ejournal.muliadarma.ac.id/index.php/jembatan/article/view/64>

- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh harga dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hand sanitizer Dettol secara online pada masa pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1383-1389.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2016, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi Kedelapan, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). Marketing management. Pearson Education Ltd.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maryati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Mariza, M. A., & Khoiri, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Lazada Pada Masyarakat Belakang Padang. *eCo-Buss*, 6(3), 1264-1277.
- Morissan, M. A. 2010. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nasution, S. L. A., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap

- keputusan pembelian pada e-commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43-53.
- Ningrum, YC, & Hayuningtias, KA (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Pemasaran Media Sosial, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* , 6 (2), 316-324.
- Nurida & Ernawati, S. (2020).Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli konsumen Pengguna Handphone Oppo di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*,3(2), 1-15.
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, YD (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi ekuitas merek: kepercayaan merek, citra merek, kualitas yang dirasakan, & loyalitas merek. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* , 2 (4), 471-484.
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 469-478.
- Pradana D, Syarifah Hidayah, R. R. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *Kinerja*, 14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITHEKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Priyastama, Romie. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Schiffman, Leon. G dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Setiawan, H., & Bustan, J. (2021). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(1), 1-12.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja

Grafindo Persada.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579–599. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>
- Suliyanto, 2011. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI
- Suryani, I., & Syafarudin, A. (2021). The effect of sales promotion on purchasing decisions. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(2), 122-133.
- Susanti, F., & Gunawan, AC (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tobing, N., Hoesin, W., & Subagja, IK (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Aplikasi Grabfood Di Jakarta Timur. *Jurnal Internasional Penelitian Bisnis dan Ilmu Sosial* , 3 (10), 25-33.
- Tonce, Y., dan Yoseph. D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=96NxEAAAQBAJ>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2018). *ServiceQuality & Satisfaction*, 4th Edition. Yogyakarta: Andi Offset. JURNAL Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *PEMASARAN Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra Widiанти, and Baruna Hadibrata. "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3.4 (2022): 399-410.
- YAMAHA, K. P. M. M. PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP. Hendrayani I & Satrio R.C
- Yovianty, L., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Iklan dan

Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo.
Prologia, 6(2), 240-247