

DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 80–90.
- Ahmadi, A. (2021). *Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan (Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun)*. 2(1), 47–60.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Anjani, K. P. D., & Wimba, I. G. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Widya Amrita*, 1(1), 115–125.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Arianty Nel. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Daulay, D., & dkk. (2017). Manajemen. *Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli, Medan*.
- Diza, F., Moni, H., & Imelda W.J. Ogi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. FIF Group Cabang Manado). *EMBA*, 4(1), 109119.
- Djaharuddin, D. (2021). The Impact of Quality of Service and Promotion upon the Online Consumer Buying Decisions. *Jurnal Economic Resources*, 3(2), 52–59.
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Foster, B. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral “ Amidis ” (Studi Kasus Pada Bintang Trading Co ... *American Research Journals*, 2.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Hotlan, S., & Hotlan, C. (2014). Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Kristiningrum, I. eva ayu, Poerwanto, & Ika Sisbintari. (2015). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO ON-LINE 4 FASHION LOVERS SURABAYA*. 1–13.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi*

Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 524–537.

Nugraheni, D. P. (2015). Harga , Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Dengan Minat Beli Sebagai. *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*.

Nurdiyanto, A. D., & Kurniawan, D. D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Berbasis E-Commerce. *Ekonomika Dan Bisnis*, 7(1), 61–71.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal Of Marketing*.

Purba, R. (2006). *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.

Putri, L. P. (2019). Analisis Komparatif Kepuasan Pengguna Dan Kualitas Layanan Transportasi Online Dan Tradisional. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6681(2), 314–318. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.48>

Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649.

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.

Setiyana, Y., & Widyasari, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario*. 476483.

- Siyamtinah, & Hendar. (2015). Meningkatkan Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan dan Kepuasan Pada Pembelanjaan Online. *CBAM (Conference in Business, Accounting, and Management)*.
- Sobandi, A., & Bambang, S. (2020). *Kepercayaan, Pengaruh Terhadap, Konsumen Pembelian, Keputusan Online, Secara*. 1(1), 215–217.
- Sudirman, S. (2020). The Effect of Branding, Product Quality, and Reference Group on Purchasing Decisions Through Promotion As Intervention Variables (Case Study of Samsung Customer At Meteor Cell Store Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(2), 170. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i2.3734>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Suhandi. (2020). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK MEREK WARDAH*. 6(2), 75–79.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Andi.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tyas, A. A. W. P., & Andreas, K. (2020). *Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Inul Vizta Karaoke Di Jakarta*. November.
- Wua Gloria Sterie, James D. D Massie, & Djurwati Soepono. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado*. 7(4), 3139–3148.

Zulkarnaim, T., & Triyonowati. (2015). Pengaruh Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(2), 1–20.