

DAFTAR PUSTAKA

- Adewijaya, D., & Sitinjak, T. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di JABODETABEK (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 795–805. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/2965>
- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Al-azzam, A. F., & Al-mizeed, K. (2021). *The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan*. 8(5), 455–463. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0455>
- 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>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*, Cetakan Ke-13. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- 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.
- Baronah, Anggit Yoebrilanti, dan N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(2), 87–98. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/Jakmen/article/view/7526>
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118–134.
- Darmawan, M. F., Lidya, V., Pasaribu, D., Manajemen, P. S., Pamulang, U., &

- Produk, K. (2024). *Persen Terhadap Total Konsumsi Dunia*. 5(2), 1106–1117.
- Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106–1117.
- De Yusa, V., & Hastono, A. L. (2018). pengaruh citra merek, harga dan promosi dalam keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) rivero di bandar lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 12(1).
- Devi, N. K. V. K., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Di Cv.Asia Motor Pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Dewi, W. C. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Lea Sanent Cabang Mall Bintaro. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(4), 1021–1027.
- Dharta, F. Y., & Lubis, F. M. (2022). <https://binapatria.id/index.php/MBI> Vol.16 No.10 Mei 2022 *Open Journal Systems*. 16(10), 7559–7568.
- Dimas, M., Naufal, D., Nalurita, S., & Unsurya, D. M. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23–34. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i1.1022>
- Ekasari, R., & Mandasari, E. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Pixy Di Kabupaten Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.51804/iej.v4i1.1583>
- Eli, B. M. N. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XI Semester 1. Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen. Program Keahlian Akuntansi dan Keuangan. Kompetensi keahlian akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhillah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Ghozali, I. (2012). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi keenam). Semarang: Universitas Diponegoro. Sugiyono.(2008). *Metode Penelitian Bisnis*, 1375–2085.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program. *Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawa, S. D., Rianto, S., & Nofa, M. S. A. (2024). PENGARUH KUALITAS

PRODUK, HARGA, DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA MEREK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HONDA BEAT MOTORIZED VEHICLE. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, 2(1), 1–6.

Hidayat, M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>

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>

Kannapadang, D. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Outlet Todi' Cell Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Economix*, 9(1), 49–60. <http://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/12528>

Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.

Kurniawati, E. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Kota Semarang). *Solusi*, 20(1), 65. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i1.4713>

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>

Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>

Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2017). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 5(1), 38–57.

Ma'ruf, N., Alfalisyanto, A., Purwidianti, W., & Randikaparsa, I. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, CITRA MEREK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330.

Melinda, E., Rini, D., Merek, C., & Merek, C. (2024). *Issn : 3025-9495*. 6(10).

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital

- Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*.
- Natalia, D. (2022). *Pengaruh Pemasaran Digital, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Consumer Purchase Decision Pada Produk PT. Surya Global Mandiri*. KODEUNIVERSITAS041060# UniversitasBuddhiDharma.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Nofrianto & Firdaus. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO*.
- Nofrianto, R., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO:(Studi Kasus Konsumen Smartphone Merek OPPO di counter ZERRO Simpang Empat Pasaman Barat). *Matua Jurnal*, 4(1), 185–200.
- Permana, I. W. E., Dan, N. W. E. M., & Imbayani, I. G. A. (2022). Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Toko Era Dunia. *Jurnal Emas*, 3(7), 66–76.
- Prabowo W.A. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel*.
- PRATAMA, P. T. I. W. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Rekaman*, 4(2).
- 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>
- Putri, K., & Fourqoniah, F. (2023). Pengaruh Promosi dan Shopping Emotion Serta Pembelian Impulsif Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise NCT. *Journal of Applied Business Administration*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.30871/jaba.v7i1.5238>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Realize, R., Brahmasari, I. A., & Panjaitan, H. (2018). PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PENINGKATAN KEPERCAYAAN DAN CITRA

- PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 3(2), 78–86.
- Rianto, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 2(2), 49–53. www.journal.peradaban.ac.id 50
- Romdhoni, A. H., & Cahyani, D. I. (2019). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Perumahan. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper STIE AAS*, 2(1), 113–118.
- Salma, F. A., Wijayanto, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2022). *Pendahuluan Kajian Teori*. 11(4), 758–763.
- Saphira, S. D., Anomsari, A., Studi, P., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Dian, U. (2024). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 6(3), 4033–4046. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.6152>
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Orignal Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 42–53.
- Sihombing, Y. A. (2022). *Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, Trust, Komitmen, Brand Equity, dan Hospital Image*. Penerbit NEM.
- Siregar, M. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP Merek VIVO PADA STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA*.
- Siwi, B.K & Maskur, A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Taman Gaharu Kabupaten Kendal*.
- Solihin, D., & Kamal, F. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota di Cinere Kota Depok. *Jurnal Arastirma*, 3(1), 206. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v3i1.32160>
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>
- Srihadi, R. H., & Pradana, A. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist the Body Shop Bandung the Influence of Brand Image on Purchasing Decisions in Body. *EProceedings of Management*, 8(4), 3406–3412. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemen>

t/article/view/15330

- Subagja, T., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Original Kopi Di Gerai Kacang Pedang, Kota Pangkalpinang. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 136–146. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3297>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/RND)*.
- Sugiyono, S. (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, S. E., & Si, M. (2017). *Metode Riset Bisnis Edisi II*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sunyoto. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>
- Syahidah, R. . (2021). *Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal di Masa Pandemi Covid 19*.
- Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 231–243.
- 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>
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing*.
- Valentin, I. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 169–179.
- Wahyuniari, I. G. A. P., Wulandari, N. L. A. A., & Suputra, G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan

- Pembelian Minyak Goreng SunCo. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(1), 85–96.
- Wangdra, Y., Realize, R., & Sumanti, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Di Portal Belanja E-Commerce. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 4, 475–486.
- Widiyanto, I. (2008). *Pointers: metodologi penelitian*. Semarang: BP Undip, 84.
- Wijaya, F., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Terhadap PT Continental Industry Supply. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 850–858.
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1827%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/1827/1480>
- Wulandari, R. (2024). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TIKTOK SHOP*. UNIVERSITAS PELITA BANGSA.
- Wulansari, R. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Boga Sejahtera Di Cikarang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4), 255.
- Yusda, D. D., Sari, P. N., & Ekatama, M. R. (2024). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1).