

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin & Hendra. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.Co.Id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* Vol 1(1) 2020 : 78-96
- Auliyana, L. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani (Studi Kasus Outlet Rabbani Jombang). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, Vol 2 No 2, Hal 216-232.
- Cahya, F. M., Wulan, I. A. D. P., & Damayanti, R. (2019). Analisis Celebrity Endorsment, Variasi Produk, Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 9 No 1, Hal 88-98.
- Destarini, F, dan Bono P. 2020. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol. 10 No. 1, Hal: 58-66, p-ISSN (2088-219X), e-ISSN (2716-3830)
- Dewi, A. F, Nawangsih, dan Riza B. S. 2020. Pengaruh Electronics Word of Mouth dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee pada Kalangan Masyarakat Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Management*. Vol. 2 No. 4, Hal: 222-229, E-ISSN : 2715-5579.
- Wahyu & Budi. 2018. Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada produk stuck original. Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018, Halaman 1-11 ISSN(Online): 2337-3792. *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)|Vol. 51 No. 1 Oktober 2017*
- Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Firmansyah, M. A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: Qiara Media.
- Gayoni, Tadjuk. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kartu Seluler Telkomsel. *Jurnal Utilitas*, Vol. 7, No. 1, Hal: 7-11.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12<sup>th</sup> Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Makhdaleva Hanura & Ade Sofyan. 2017. *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 8 No. 1 Januari - Juni 2017 P-ISSN: 2085-3696; E-ISSN: 2541-4127 Page: 19 – 46
- Mantauv, Citra Suci. 2020. Pengaruh Word Of Mouth Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Tamiang. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol. 8 No. 3, Hal: 383-391, ISSN Cetak : 2337-3997, ISSN Online : 2613-9774.
- Mulyadi, Agustinus,dkk. 2018. Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian di took online Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan* Tahun XV No 2, Oktober 2018

Musa. Ichwan. 2017. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix* Volume 5 Nomor 1 Juni 2017

Nasution, A. E, Pratami P, Taufik L. 2019. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*. Vol. 1 No. 1, Hal: 194-199, ISSN: 2714-8785.

Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 3 No 3, Hal 551-561.

Oktarini, Rini. 2020. Pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 3, No. 3 Juni 2020. Universitas Pamulang

Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, Vol 1 No 1.

Rozjiqin, M. F, dan Ahmad A. R. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, Vol. 7 No.1, Hal: 61-77, ISSN 2527-7499 (print); 2528-36 34 (online)

Sangadji, Mamang. Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV AndiOffset

Sari, M. P, Luluk A. R., Duan R., dan Vicky F S. 2020. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Entrepreneur dan Bisnis (JEBI)*. Vol. 1, No. 2, Hal: 122-129.

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Solihin, Dede. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1, Hal: 38-51, ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588.

Sugiono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

<http://www.telkom.co.id/en/telkomsel-sabet-4-gelar-di-ajang-top-brand-award-2013-2.html>

[Badrulmozila.com/sejarah-telkomsel/2020](http://Badrulmozila.com/sejarah-telkomsel/2020)

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/>