

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Z. & Nasution, S.M.A., 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol. 2 No. 2 Hal. 209-220.
- Aristayasa, I.K. dkk., 2020. Pengaruh persepsi harga dan brand image terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* Vol. 15 No. 2.
- Azhar, M. dkk., 2021. The Effect Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions And Customer Satisfaction. *In Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)* Vol. 1 No. 1 Hal. 289-305.
- Cesariana, C. dkk., 2022. Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 3 No. 1
- Chaffey, D. & Chadwick, E.F. 2016. *Digital Marketing Strategy, Implementation And Practice* (6th ed.). London: Pearson
- Dwijantoro, R. dkk., 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol. 16 No. 2
- Dwiyanti, A.Y. & Arifiansyah, R. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Sudut Timur. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*
- Fadillah, H. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga* Vol. 5 No. 2 Hal. 1-2
- Fauziah, Y dkk., 2023. Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial* Vol. 1 No. 1 Hal. 48-64.
- Fera, F. & Pramuditha, C.A., 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* Vol. 3 No. 1 Hal. 1-13
- Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (ed.9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Hananto, D. 2021. Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangerang Selatan. *In: Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*
- Harnady, F.A. dkk., 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Prabujaya Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen Vol. 10 No. 8*
- Jamiat, N. dkk., 2024. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Flowerry Forist. *Journal of Economic, Business and Accounting Vol. 7 No. 5 Hal. 4922-4929*
- Kapirossi, B. & Prabowo, R.E., 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business Vol. 7 No. 1 Hal. 66-73.*
- Kesuma, M dkk., 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara Vol. 3 No. 1 Hal. 13 -21*
- Keni, K., 2020. Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal [The Effect Of Packaging, Social Media Marketing And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions On Local Brand Fashion]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen Vol. 15 No. 2 Hal. 244-256.*
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2017. *Principle Of Marketing (17th ed.)*. United Kingdom: Pearson
- Kumrotin, E. & Susanti, A. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café KO.WE.COK. di Solo. *J-MIND: Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 6 No. 1 Hal. 1-13*
- Lestari, D.P. & Widjanarko, W. 2023. Pengaruh citra merek, persepsi harga dan e-word of mouth terhadap keputusan pembelian produk fashion Jiniso. id di marketplace shopee. *Jurnal Economina Vol. 2 No. 3 Hal. 753-765.*
- Mendur, M.E. dkk., 2021. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Vol. 9 No. 3 Hal. 1077-1086.*
- Muhiban, A. & Putri, E.K., 2022. Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA Vol. 6 No. 2 Hal. 249-266.*

- Nabilah, A.N. & Anggrainie, N. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *YUME: Journal of Management Vol. 5 No. 3*
- Nurhalisa, N.F. dkk., 2024. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Flowerry Forist. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING) Vol. 7 No. 5 Hal. 4922-4929.*
- Octhaviani, S & Sibarani, H.J. 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi Pada Pengguna Aplikasi Grab Food di Kota Medan. *Scientific Journal of Reflection: economic, accounting, management and business*
- Pambudi, F.R. dkk., 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan D'Juguran Purbalingga. *DFAME: Digital Financial Accounting Management Jounrla Vol. 1 No. 1 Hal. 21-24*
- Putri, A.K. & Junia, A.A. 2023. Pengaruh Live Streaming Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktoshop). *Innovative: Journal Of Social Science Research Vol. 3 No. 4 Hal. 8238-8248.*
- Putro, S.W dkk., 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No. 1 Hal 1-9.*
- Qadrina, S. dkk., 2023. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Boba Pada Usaha Aus di Bangka, Pela Mampang, Jakarta Selatan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) Vol. 4 No. 6 Hal. 8996-9005.*
- Robi'ah, D.W. & Nopiana, M., 2022. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME: Journal of Management Vol. 5 No. 1 Hal. 433-441.*
- Samosir, C.B.H., 2015. Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen produk Enervon-C. (*Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana*)
- Santika, N. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Romusha Nganjuk. *In Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Vol. 7 No. 1 Hal. 115-123*
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J.L. 2015. *Consumer Behavior (11th Ed)*. London: Pearson

- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Wadi, M. H. dkk., 2021. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *J-MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains Vol. 6 No. 1 Hal 172-18*
- Widyanto, I. & Albetris, A. 2021. Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains) Vol. 6 No. 1 Hal. 138-145*.
- Wijayanto, D.R & Rulirianto. 2023. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di UKM Angkringan Kraksaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 9 No. 1*
- Winasis, C.L.R. dkk., 2022. Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol. 3 No. 4 Hal. 399-410*.
- Yulindasari, E.R. & Fikriyah, K., 2022. Pengaruh e-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies Vol. 3 No. 1 Hal. 55-69*.