

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilla, M. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Barbershop 'X' Kota Padang. *Menara Ekonomi*.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (2019). Kementerian Agama RI.
- Amen Wirajaya, I Putu Gede Sukaatmadja, A. J. (2013). Analisis Positioning Layanan BCA Cabang Kuta. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*.
- Anandita, F. B. A., & Saputra, S. D. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*.
- Andriani, N., Kunci, K., & Pembelian, K. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Economix*.
- Anggraini, M., Fitriani, & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial. *Jurnall Ekonomak*.
- 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. *Jurnal Widya Amrita*.
<https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1155>
- Anwar, R. N. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Azmi, F. N., & Sarma, M.-P. (2017). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Magnum. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*. www.topbrand-award.com
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.
- Dhewi, T. S., & Kurnianto, M. (2023). Social Media Marketing and Its Influence on

Brand Equity : The Mediating Role of Word of Mouth and E-Word of Mouth.
Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis.

- Dinawan, M. R. (2010). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. www.cahyamotor.com/index
- Febriana, C. N. (2015). Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Produk TRESemmé). *Jurnal Administrasi Bisnis.*
- Febriana, D. A., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Daya Tarik Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pemebelian Beda Tabur Pixy. *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business.*
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpandang. *Jurnal DIMENSI.*
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- 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.*
- Ivonne Angelic Umboh, V. didiek W. A. (2023). Digital Marketing Development Model Through Digital Literacy Mediation To Improve SME's Performance. *Media Ekonomi Dan Manajemen.*
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. <https://media.neliti.com/media/publications/85820-ID-pengaruh-promosi-online-dan-persepsi-har.pdf>
- James A.F. Stoner, R. Edward Freeman, D. R. G. A. S. (1996). *Manajemen*. Prenhallindo.
- Kurniawan, K. Y., & Albari, A. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru (Citra Merek sebagai Variabel Mediasi). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan.*
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *Iqtisha Dequity.*
- Mahkota, A. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal*

Administrasi Bisnis.

- Nawangsari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.131>
- Ningrum, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtisha Dequity*.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*. <http://journal.maranatha.edu/jmm>
- Poluakan, W. S., Tewal, B., & Tawas, H. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Di Amurang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Poluan, J. G., Lumintang, G. G., & Untu, V. N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca Cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Putri, A. V., & Bambang. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Tahu Gejrot Mitoha Galak. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.798>
- Radjapati, T. Y., Tumbuan, W. J. F. A., & Soepeno, D. (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Tobelo. *Jurnal EMBA*.
- Ramadhan, J. M. (2019). Pengaruh Media Sosial dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House Of Smith. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/1267>
- Refiani, S. A., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020. *EProceedings of Applied Science*.

- Reza, M., & Khasanah, I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250. *Diponegoro Journal of Management*.
- Rezeki, S. (2022). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi Kasus Masyarakat Desa Langling). *Ekopendia*.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36108>
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset : Jurnal Aplikasi Ekonomi, Akuntansi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Shihab, M. S., & Cahya, N. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship Management and Industry*.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*, 1(1), 41–52.
- Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesia Business Review*.
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Sukmadi. (2019). Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt . Atrindo Asia Global Bandung. *COOPETITION : Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Syaiful Anwar, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Tetty Yulianty, Cut Sarah Shafira, M. R. A. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Journal Management, Business and Accounting*.
- Wayan, N., & Irmayani, D. (2020). Dampak Pandemic Covid 19 Terhadap Reaksi Pasar Pada Sektor Consumer Goods Industry di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs

www.Traveloka.com. *E-Proceeding of Management*.

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>