

Daftar Pustaka

- Alfian B. (2021). *Mengemukakan Faktor-Faktor Terbentuknya Citra Merek*. 9–32.
[http://repository.stei.ac.id/4134/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4134/3/BAB II.pdf](http://repository.stei.ac.id/4134/%0Ahttp://repository.stei.ac.id/4134/3/BAB%20II.pdf)
- Anggoro, D. G. (2018). Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *UMM Institutional Repository*, 12–13. <http://eprints.umm.ac.id/40376/>
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Erni Yunaida. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798–807.
- Febtiani. (2021). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIP PRODUCT EMINA MELALUI CITRA MEREK, <http://repository.unwidha.ac.id/2080/1/Ervina%20Fix.pdf>.
Febtiani, 3(April), 49–58.
- Gigih, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gunawan, A. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Promosi*

Dan Kualitas Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda.

Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.

Hartanto, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Merek Islam, Ulasan Konsumen, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Kawengian, G., F Kalangi, J. A., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren di IT Center Manado. *Productivity*, 2(5), 365–369.

Kurniawan, A., Sofyanty, D., Yusuf, F., Syarief, F., & Abstrak, I. A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. *Jisip*), 6(2), 2656–6753.

Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

Luthfia, Z., & Maya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada MS Glow Skincare. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.37403/strategic.v2i2.49>

- M Nurlina. (2020). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee (studi kasus warga pondok ungu permai blok nn). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), 6–25.
- Maulana, F. (2018). 11. UNIKOM_FAUZAN MAULANA_BAB II (Pengertian ulasan). *Fauzan Maulana*, 17–40.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2), 882–888. <https://forms.gle/t44jvKgVK6XAIzwi8>.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Mubaroq, R. H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Merek City Car Toyota Agya. *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology, Tenth Edition Paul*, 53(9), 1689–1699.
- Muhammad, S., & Sangen, M. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merek Samsung Di Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 5(1), 8–9.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.

[http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)

Putri, F. (2017). *No Title*. 23–82.

Putri, S. Y. (2021). Pengaruh Harga Tiket Pesawat dan Kualitas Pelayanan Bandar Udara terhadap keputusan pembelian Tiket Pesawat di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bandar Udara Internasional Ngurah Rai Bali. *S. Putri, 2011*, 17–38.

Rahman, A. (2018). *Total Marketing, Yogyakarta: Kobis*. 34–35.

Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448.

<https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>

Rohman, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Fasilitas, dan Ketepatan Waktu Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PO. Nusantara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Sari, F. P. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa UMSU. *Ekonomi Dan Bisnis*, 82.

Soekanto. (2020). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI toko mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*,

- 13(2004), 1. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>. Tujuan
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Sugiono 2016 dalam Fakhri. (2021). Metode Penelitian Purposive Sampling. 2021, 32–41.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *CV Alfabeta*. <https://doi.org/https://doi.org/10.3929/ethz-b-000238666>
- Supangkat, A. H. & S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Suparyanto dan Rosad. (2020a). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KFC GELAEEL BANDAR LAMPUNG TAHUN 2015. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Suparyanto dan Rosad. (2020b). 濟無No Title No Title No Title. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Bussines and*

Accounting (COSTING), 1(1), 68–82.

<https://doi.org/10.31539/costing.v1i1.16>

Widya Gama lumajang. (2018). *Sistem Pemasaran Sederhana*.

Willianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.

Yasmine, F. A. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image Saat Pandemi Covid-19. *Widyagama National Conference on ...*, *Wnceb*, 358–368. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/view/3171%0Ahttp://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB/article/viewFile/3171/1673>