

## DAFTAR PUSTAKA

- Anah, I. (2018). Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Pada *Online Shop* Tiws.Id. An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah, 5(1), 276–296. <https://doi.org/10.21274/an.2018.5.1.276-296>
- Asep Sarippudin, Iis Dewi Fitriani, W. Z. (2019). Jl. Karapitan No. 143 Bandung 42. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung, 1 No. 3(143), 42–51.
- Azizah, F. N., Puspakaritas, F. N., Pramesti, V. A., Putri, Y. A. S., & Azizah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 56–67.
- Comegys, C., Hannula, M., & Väisänen, J. (2009). *Effects of Consumer Trust and Risk on Online Purchase Decision-making: A Comparison of Finnish and United States Students. International Journal of Management*, 26(2), 295–308.
- Damayanti, E. (2019). *THE INFLUENCE OF SERVICES , FACILITIES AND LOCATIONS TO PURCHASING DECISIONS AND CUSTOMER*. 1–6.
- Eddy, C., Hotlan, I., Sc, M., Bisnis, P. M., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., Petra, K., & Siwalankerto, J. (2019). LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KASUARI. 7(1).
- Febriansyah, G. T. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/2618>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Handoko, dkk. (2019). Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan

- Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. 1(1), 165–173.
- Harga, P., Produk, K., Konsumen, D. K., Keputusan, T., Pada, P., Rosmaniar, A., Rahmawati, A., Riandi, R., Martasari, S. S., & Putra Ganesha, T. (2021). *DEMANd Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development*.
- Information, A. (2020). *ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER*. 1(6), 802–815. <https://doi.org/10.31933/DIJMS>
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop Lazada* SNK © 2019 *Published by UMSU* (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Junaidi, R., Susanti, F., Tinggi, S., Eknomi, I., & Kbp, ". (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Uptd Baltekkomdik Dinas Pendidikan Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Informasi*, 2(3), 13.
- Kualitas, P., Terhadap, P., Masyarakat, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). MINAHASA SELATAN *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AGAINST KAWANGKOAN COMMUNITIES UNDER KECAMATAN AMURANG BARAT IN MINAHASA SELATAN DISTRICT*. 6(4), 3523–3532.
- Nel Arianty, A. A. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. 4, 39–50.
- Pasien, L., Eria, R., & Pekanbaru, B. (2018). *JOM FISIP Vol. 5: Edisi II Juli – Desember 2018*. 1–14.
- Picaully, M. R. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN *GADGET* DI SHOPEE INDONESIA. 18(November), 31–40.
- Putra, K., Indriyani, R., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *CV MITRA PERKASA UTOMO*. 7(2016).
- Rabiana, R. & B. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Marketplace* Shopee (Studi

- Kasus:Pengguna Aplikasi Shopee). 4(1), 16–33.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Nuryanti, F., Wulan, M., & Hidayatullah, S. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. Seminar Nasional Sistem Informasi 2019, 3(September), 1617–1625.
- Rahayu, R. S., & Yusra, I. (2022). *Social media's influence and service quality on purchasing decisions: a study of PT. Toyota Astra Finance. Marketing Management Studies*, 2(1), 48–58.
- Saputro, G. B., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office PT. Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.
- Simanjuntak, D. C. Y., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja Pada Pt Suminsuryamesindolestari. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2872. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p20>
- Singaraja, D. I. K. (2019). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna bpjs kesehatan di kota singaraja. 5(2), 82–92.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. 4(1), 26–37.
- Sugiyono. (2021). No Title.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Swastha. (2020). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. 117–127.
- Tinggi, S., Ekonomi, I., & Lahat, S. (2019).  $\alpha = 0,05$ ),. 3(1), 63–69.
- Waworuntu, A. Y., & Hajar. (2019). Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan

- Pelanggan sebagai Variabel Intervening ”. Ahmad Yusdarwin Waworuntu Hajar Universitas Muslim Maros. *Jurnal Brand*, 1(1), 1–11.
- Wibowo, A. S. (2019). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di kota purwokerto.
- Wicaksana, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Hoax Cuihh Bandung. <https://Medium.Com/>, 17–52.  
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Wydyanto, W., & Ilhamalimy, R. R. (2021). *DETERMINATION OF PURCHASING DECISIONS AND CUSTOMER SATISFACTION: ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ( MARKETING MANAGEMENT LITERATURE REVIEW )*. 2(3), 565–575.
- ali, H. (2017). *Purchase Decision Model: Analysis Of Brand Image, Brand Awareness And Price (Case Study Smeco Indonesia Sme Products)* 1. 621–632. <https://Doi.Org/10.21276/Sjhss>
- Alma, B. (2017). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Alfabeta.
- Chen, Y., Chen, T., & Lin, C. (2016). *The Analyses Of Purchasing Decisions And Brand Loyalty For Smartphone Consumers*. July, 108–116.
- Dwi, A., Hidayat, S., & Wulandari, S. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 1(1), 1–7.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek: *Planning Dan Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program Ibm Spss 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. 81–94.
- Handayani, T. (2019). Buku Ajar Pemasaran Islam. Deepublish.
- Hustić, I., & Gregurec, I. (2015). *The Influence Of Price On Customer ' S Purchase Decision*. 27–32.
- Iis, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Pada Story-I Mall Alam Sutera. 3(2), 230–243.
- Khumairo. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. 1(1), 262–270.
- Kotler, Philip And Keller, K. L. (2017). Manajemen Pemasaran. Erlangga.
- Lovelock, C. Et. Al. (2017). Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 2. Erlangga.
- Lubis, A. A. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. 16(02), 1–11.
- Lubis, D. I. D. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1), 15–24.
- Made, N., & Rani, D. (2020). Pengaruh *Brand Image*, *Green Marketing Strategy*, Dan *Emotional Desire* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. 5(1), 69–79.
- Nochai, R., & Nochai, T. (2018). *The Influence Of Sale Promotion Factors On Purchase Decisions*. 11(1), 130–134.
- Nurdiansyah, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Di Yogyakarta. Iv(2), 60–69.
- Pasaribu, R. F. A. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. 5, 45–52.
- Razak, A. (2018). *Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision*. August. <https://doi.org/10.9790/487x-2008027681>
- Safitri, I. (2018). *The Influence Of Product Price On Consumers ' Purchasing Decisions*. 7(2), 328–337.
- Shamout, M. D. (2016). *The Impact Of Promotional Tools On Consumer Buying Behavior In Retail Market*. 7(1), 75–85.
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.

- Sunyoto. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Caps (*Canter For Academic Publishing Service*).
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Taklim, R. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 125 Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang). 1(1).
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran*. Andi.
- Yasmin, A. (2017). *Impact of Brand Image on consumers ' Purchase Decision*. 7(10), 627–644.