

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (UB Press (ed.); Pertama). Universitas Brawijaya (UB Press). <http://www.ubpress.ub.ac.id>
- Almira, R., & Putri, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan E-Wom Terhadap Purchase Decision Shopee Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(7), 15.
- Amilia, S., & Asmara, O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.  
<https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Angraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96.  
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Annur, C. (2022). *Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal INTEKNA : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115–120.  
<https://doi.org/10.31961/intekna.v19i2.871>
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis* (E. Risanto (ed.)). Penerbit ANDI.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)* (Cetakan Ke). Kencana.
- Datapinter. (2022). *Data Penjualan Jiniso.id Tahun 2020 hingga 2022*.

<https://datapinter.com/produk-terlaris-shopee/jeans/>

- Dewi, N. safitri, & Prabowo, R. eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI\_U 2018*, 2018, 711. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/growth-journal/article/view/2020>
- Dihni, V. A. (2022). *Ini Deretan Barang yang Paling Sering Dibeli Masyarakat Saat Belanja Online*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online>
- Dzulkharnain, E. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inovasi Daerah*, 1(2), 69–80. <https://doi.org/10.56655/jid.v1i1.6>
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). Pengaruh packaging, social media marketing dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian busana brand lokal. *DeReMa (Development of Research Management)*, 15(2), 244–256.
- Kurniawan, A., Sumowo, S., & Puspitadewi, I. (2022). Analisis Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 349–360. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2020>
- Magdalena, S., & Muskita, W. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Online ShopThyy Thyy) di Kota Sorong. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 4(1).
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 10–22. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.548>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga,

Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1077–1086.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>

Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.  
<https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 3(2), 1096–1104.

Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59*, 59, 290572.  
<http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.  
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word Of Mouth Tradisional Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Merek. *Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Merek Jurnal Komunikologi*, 14(1).

Purba, F. A., & Susilowati, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 373–386.  
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.116>

- Rachmadiani, D., Rudiantara, A. N., Subandi, S., Aafiy, L. D., Sundari, S. I., & Bestari, D. K. P. (2022). Purchase Decision Garuda Indonesia Based on Performance of Service Recovery , E-WOM , and Brand Image During Pandemic Covid-19. *Central Asia and The Caucasus*, 23(1), 4388–4400.
- Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 23–30.  
<https://doi.org/10.14710/jab.v8i1.23766>
- Ramadhani, D. D., & Saino. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 553–563.  
<https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14175>
- Setyawati, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4).  
<https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Siswanto, A. M. H. (2021). The Influence of Price, Service Quality, and Word Of Mouth on the Purchase Decision of PT Daniel Samudra Abadi's Loading and Unloading Services. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 166–179.  
<https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2425>
- Soehardi, S., Wijayaningsih, R., Jumawan, J., Winarso, W., Nursal, M. F., & Noor Fikri, A. W. (2021). Model Peningkatan Keputusan Konsumen Melalui Kualitas Produk, Harga Dan Food Safety Umkm Ikan Asin Panimbangan Banten. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 156.  
<https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.987>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cetakan 26). CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendektan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123.

Widyanto, I., & Albetris. (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)*, 6(1), 138.

<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>

