

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, B. P., Siahaan, M., Widjanarko, W., Irfana, T. B., & Thamrin, D. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk La Omvi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 125–136. [Www.Similarweb.Com](http://www.similarweb.com), 2021
- Amalina, F. N., Apriliani, M. P., Putri, T. N., Masruroh, U., & Anwar, R. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju “Klambiku.Kids” Di Kota Madiun. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 75–85.
- Anggraini, Dewi, I., & Cahyono, Eko, K. (2019). Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Anwar, R., Rohaeni, H., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Melalui Marketplace Laptop Axioo. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1695–1710. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2449>
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 6(1), 34–46.
- Ardi, S., & Firdausy, C. M. (2022). Rencana Bisnis Jasa Maklon Kosmetik PT Asia Chemie Indonesia. In *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 2, P. 113). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17805>
- Ariyan, H. (2019). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang*. 041(1), 12–26.
- Asri, H. R., Setyarini, E., Gisijanto, H. A., & Hartanti, N. D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1283>
- Ayu, M., Mustika, C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea Di Kota Bandar Lampung. *Journal Of Strategic Management And Accounting Through Research And Technology (SMART)*, 2(2), 35–46.
- Candra, D. T., & Yuliansyah, F. A. (2022). Membuat Brand Kosmetik Dengan Cara Maklon Kosmetik. *Hubisintek*, 2(1), 612–615.
- Caroline, S., & Tjiptodjojo, K. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Zalora*. 958–965.
- Dharma, I. P. S., & Kusyana, D. N. B. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Keputusan Pembelian Produk Emas. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(12), 2505–2518.
- Dwitari, D. M., & Kusdibyo, L. (2019). Mengukur Sikap Dan Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Skin Care Dengan Menggunakan Brand Image Merek Lokal. *Industrial Research Workshop And National Seminar*, 10(1), 686–696.
- Fadli, Rivaldo, Y., Kamanda, S. V., & Yusman, E. (2022). The Effect Of Products, Promotions And Prices On Mizon's Purchasing Decision At Alfamart Sungai Harapan. *Jurnal Mantik*, 6(2), 2393–2399.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGIO](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/MANEGGIO)
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. [Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Productivity/Article/View/32911/31075](https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Productivity/Article/View/32911/31075)
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Hidayat Susilowati, I., & Camelia Utari, S. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Mama Kota Depok. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. [Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Ecodemica](http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Ecodemica)
- Isqo, H. (2019). Penjualan Merek Ako Pada Matahari Departemen Store Lembuswana. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 470–481.
- Kambali, I., & Syarifah, M. M. A. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung)*. 10, 1–8.
- Karim, R., Wolok, T., & Radji, D. L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 88–100.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat Kasinem. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). *Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou . Id Pada Media Sosial Instagram*. 3(2).

- Lestari, A., & Faizin, M. (2020). No Title pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang (Studi Kasus Warunk Upnormal Cabang Gresik). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen "Gema Ekonomi"*, 9(1), 85–97.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/Jnmpsdm.V2i3.374>
- 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*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i3.398>
- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust In Online Purchase Decision. *EPRA International Journal Of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(2), 198–210. <https://doi.org/10.36713/Epra2013>
- Melda, Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Etrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1128>
- Permatasari, I., Nurfarida, I. N., & Suroso, A. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Joyshop Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(2), 1–5.
- Pitaloka, D. A., & Juliandara, L. (2024). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Airminum Isi Ulang Depot Malakajaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(1), 873–891.
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 150–159. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V2i2.345>
- Rahmandika, M. D., & Rohman, F. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan Secara Daring, Dan Variansi Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 1–12.
- Rahmawati, L., & Fitriani, E. N. (2021). Purchase Decisions Of Muslim Clothing Influenced By Halal Lifestyle, Product Quality, Price With Religiosity As Moderation. *Annual International Conference On Islamic Economics And Business (AICIEB)*, 1, 269–281. <https://doi.org/10.18326/Aicieb.V1i0.28>
- Rifki, M., Wicaksana, A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jne Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/36526>
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. 14(02), 135–143.
- Sari, D. P. (2021). Pembelian , Kualitas Produk , Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Sari, Rachman, L. A., Ronaldi, D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Harga , Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan. *Jurnal Entrepreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect Of Prices And Promotions On Purchase Decisions At Shopee (Case Study Of Bhayangkara University Jakarta Raya). *International Journal Of Economy, Education And Entrepreneurship*, 1(3), 253–268.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *IMMWI Student Research Journal*, 1(1).
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Perusahaan Transmart Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu Nusantara*, 1(1), 14–19. <https://doi.org/10.61674/Jimin.V1i1.47>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.
- Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61–73.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>