

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, F. U. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan Tahun 2017)*.
- Ardyan, E., & Gunawan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.on.Id. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(2), 104–113.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arifin, W., Marsudi, M., & Wijaya, R. (2022). The Effect of Product Quality on Purchase Decision Mediated by Brand Image in Zara Women's Bag Consumers. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(04), 367–378.
- Astuti, D., & Ernawati, S. (2020). Strategi Promosi dan Word of Mouth dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Jurnal Ditribusi*, 8, 225–238.
- Basit, A., Wai Yee, A. L., Sethumadhavan, S., & Rajamanoharan, I. D. (2021). The Influence of Social Media Marketing on Consumer Buying Decision through Brand Image in the Fashion Apparel Brands. *International Journal of Contemporary Architecture*, 8(2), 564–576.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357–374.
- Buchari, A. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Devanny, I., Tertia, N. S., Afifah, R. B., & Meliana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Content Marketing, Customer Engagement, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian UMKM Zisallection. *STREAMING*, 1(2), 54–62.
- Diany, A. V., & Diponegoro, P. W. A. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Sophie Martin di Kabupaten Karanganyar. *SMOOTING*, 19(3), 194–198.
- Fitria, A. N., & Christina, C. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Word of Mouth dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fesyen Noor. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 8(2), 136–146.
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas

- Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815–824.
- Hidayati, E. N., & Aminah, S. (2023). The Influence of Brand Image And Price Perception on Consumer Purchase Decisions on Buttons scarves in East Java. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(6), 2019–2028.
- Hutabalian, M. A., Damanik, H. M., Nopeline, N., & Silaban, F. S. (2023). The Influence Of Price Perception, Brand Trust, and Customer Reviews on The Purchase Decision of Fashion Products In E-Commerce Shopee In East Medan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 8(3).
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Kotler, P. (2015). *Confronting Capitalism: Real Solutions for a Troubled Economic System*. Amacom.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laduni, M., Nofiana, L., & Akbar, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Frozen Shop Jakarta Barat. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12).
- Lee, D., Hosanagar, K., & Nair, H. S. (2017). Advertising Content and Consumer Engagement on Social Media: Evidence from Facebook. *Management Science*, 64(11), 5105–5131.
- Li, X., & Xiao, J. (2019). A global, 0.05-Degree Product of Solar-Induced Chlorophyll Fluorescence Derived from OCO-2, MODIS, and Reanalysis Data. *Remote Sensing*, 11(5), 517.
- Limanto, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Hswgrail. Id. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(1), 57–66.
- Lupiyoadi, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Vol. 1). Salemba Empat.
- Malhotra, M. (2007). *Expanding Access to Finance: Good Practices and Policies for Micro, Small, and Medium Enterprises*. World Bank Publications.
- Melida, S. (2016). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja (Studi pada Toko Taman Bunga Kotagede Yogyakarta)*. UIN Sunan Kalijaga.
- Ningsih, D., & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Motivasi dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150cc (Studi pada Pengguna Honda Vario 150cc). *Ekuivalensi Jurnal Eko Nomi B Isn Is*, 7(1), 205–211.

- Nursiti, n., & giovenna, a. (2022). pengaruh social media marketing, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk uniqlo. *jurnal industri kreatif dan kewirausahaan*, 5(1).
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(1), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01.ABSTRACT>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, I. A. P. K., Teja, I. G. N. G. A. G. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Word Of Mouth (WOM) dan Brand Image Terhadap Minat Beli di Tiara Collection Karangasem. *EMAS*, 4(3), 616–630.
- Rahmandhani, V. D., & Pakarti, P. (2023). Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Digital Marketing dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital*, 3(4), 1–10.
- Renaldi, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Erstor3prt di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 181.
- Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi Millenial Jakarta. *Jurnal Bina Manajemen*, 7(2), 161-170.
- Sanjaya, A. S. (2020). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing terhadap Minat Beli Climatethirty. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(4), 272–278.
- Sapitri, T., Harahap, D. A., & Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian di X Shop di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 25–31.
- Sapri, & Ilyas, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Novretta Shop di Shopee Indonesia. *Jurnal Satya Mandiri Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 26–36.
- Sari, I. R., & Harti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(3), 444–451.
- Septiyana, F., Shihab, M. S., Kusumah, H., & Apriliasari, D. (2023). Analysis of the Effect of Product Quality, Price Perception and Social Value on Purchase Decisions for Lampung Tapis Fabrics. *APTISI Transactions on Management*, 7(1), 54–59.

- Sopiah, S. (2016). Perilaku konsumen. *Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*, 99.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Ward, C. A. (2010). *Social Media and Crisis Communication: Are Organizations Using Social Media in Times of Crisis?* Ball State University.
- Wijayanti, R., & Naim. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Aksesoris Wanita Melalui Akun Shopee. *BIMASAKTI: Jurnal Riset Mahasiswa Bidang Teknologi Informasi*, 6(1), 134–141.
- Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi pada Toko Rara Aksesoris. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 20(1), 17–26.
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. *EMAS*, 2(1).
- Zamharira, & Nainggolan, B. M. H. (2023). Product Quality, Price Perception and Social Media on Purchase Decisions at Cafe Kharisma. *Journal of Management and Leadership*, 6(1), 57–72.