

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, A., Untari, D. T., & Andrian. (2024). Pengaruh Fasilitas Toko , Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warkop Medan Di Jakarta Cabang Galaxy Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 263–275.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 15–30.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- 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.
- Ikut, C. I. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Semarang. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 11(1), 1–16.
- Juningsih, S., Setiawan, B. M., & Sumarjono, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Cabai Rawit (Capsicum Frutescens) Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(1), 51–57.
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Lim, K. B., Yeo, S. F., Tan, C. L., & Wen, W. W. (2022). Impact of Social Media On Consumer Purchase Behaviour During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy*, 2(1), 23–36. <https://doi.org/10.31098/ijebce.v2i1.734>
- Nanda, R. M., Natalia Sudarwati, A., & Ayu Andriani, T. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Sebagai Variable Intervening Pada Produk Skincare Di Samarinda. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1), 201–210. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.2024.449>
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Citra Merek Kualitas Produk Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu PVN Shoes (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

- Jurnal Economina*, 2(9), 2414–2428.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65.
- Pangestu, A. D. (2024). Pengaruh Iklan , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Wardah (Survei Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 314–324.
- Parella, E., & Afandi, H. (2020). Pengaruh Varian Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Centra Batik Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(1), 1–9.
<https://doi.org/10.57084/jmb.v1i1.214>
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 30(1), 20–28.
[https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, Surya N. L. P. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188–208. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Salhab, H. A., Al-Amarneh, A., Aljabaly, S. M., Al Zoubi, M. M., & Othman, M. D. (2023). The impact of social media marketing on purchase intention: The mediating role of brand trust and image. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 591–600. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.012>
- Salman, M. S., & Sukarni, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Banjarmasin Di Crystal Bakery. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 10(1), 076–082.
<https://doi.org/10.35972/jieb.v10i1.1458>
- Sarjita, S. (2023). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 71–82. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i1.159>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Stefani. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Sanitary Merek Onda. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 318–328.
- Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2020). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Business Review*,

- 2(2), 233–248. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.2.233-248>
- Sugiyono. (2017). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suyanti, R., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi Media Sosial, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Xes Shoes Indonesia. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(4), 1–10. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i4.7895>
- Tchanturia, N. (2022). The Impact of Digital Marketing on Customer Buying Decision, Empirical Study Based on Georgian Market. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(09), 2477–2482. <https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i9-01>
- Vikaliana, R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian dengan SPSS. In *Tahta Media Group* (Cetakan Pe). CV. Tahta Media Group.
- Willem, A., Tumbel, A. L., & Samadi, R. L. (2020). Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D’Brothers Laundry. *Jurnal EMBA*, 8(1), 156–165.
- Wulandari, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 6(2), 224–242. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i2.5139>

