

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Hidayat. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. Health Books Publishing.
- Agustin, N. A., & Fazizah, A. (2023). *Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Online Dalam Tiktokshop*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 137–152. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2862>
- Aisya, S., Eliza, S., Fatma, & Zainuddin, M. A. (2020). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-JIEBI*, 2(1), 57–74. <https://www.researchgate.net/publication>
- Aji, M. S. (2023). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Deliwafa Store Gresik Ditinjau Menurut Perspektif Islam*. Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Akbar, W., Tarantang, J., & Mirnawati, E. (2021). *Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 96–105. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>
- Ananta, I. D., & Suhermin. (2021). *Pengaruh Beban, Motivasi, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rsi Jemursari Surabaya*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(11), 1–18.
- Atika, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Biang Parfum Air Molek Indragiri Hulu*. Universitas Islam Riau.

- Ayu, P. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Via Collection Purwodadi*. Universitas Semarang.
- Capriati, A. L., & Djoko, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 922–928.
- Darmayanti, F. N., & Aminah, S. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decisions at Starbucks Coffee Surabaya*. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(6), 2007–2018. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i6.5554>
- Efendy, N. A., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 165–173. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594>
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). *Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi e-Wallet Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya)*. *JEISBI*, 2(2), 85–93.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.”* *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1), 1–20.
- Ferdiansyah, Y. R., & Indayani, L. (2023). *The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Purchasing Decision on Women’s Bag at Flicka Bag’s Store [Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi*

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tas Wanita di Toko Flicka Bag's*]. *Jurnal Manajemen*, 1–11.
- Ghozali. (2020). *Analisis Multivariat Structural Equation Modeling (SEM) Dengan Partial Least Square (PLS)* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. (2022). *An Introduction to Structural Equation Modeling BT-Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (4th ed., Vol. 16). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial* (Vols. 978-623-7771-07-4). Trussmedia Grafika.
- Harahap, L. K. (2020). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square)*.
- Heriyanto, Rachma, N., & Asiyah, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Bukalapak (Studi Kasus Mahasiswa Feb Angkatan 2016 Universitas Islam Malang)*. *Jurnal Riset Manajemen*, 56–72. www.fe.unisma.ac.id
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0* (M. Pradana, Ed.). CV. Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/382115954>
- Ilham, M. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Hiro Group Indonesia*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra)*. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Iryanti, W. N., Mahardini, S., & Kurniawan, L. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Media Sosial Terhadap Keputusan pembelian Di Toko Kue Elcakery Jakarta*. *Ekonomi*, 7(3), 230–239. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>

- Ismiatun, D., Budiatmo, A., & Prihatini, A. E. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Hangiri Banyumanik Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 764–773. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Iwan Sahara, N., & Adi Prakoso, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (B. Sabran, Trans.; 12th ed.). Erlangga.
- Kristin, N. I., & Nugroho, A. P. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy*. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 8(1), 104–115. <https://ejournal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Kurnianingsih, W., & Sugiyanto. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia*. *Prosiding Seminar Nasional Humanis*, 510–524.
- Maghfiroh, V. (2021). *Moderasi It Capability Terhadap Hubungan Proses Bisnis Perusahaan Dengan Kinerja Karyawan Pt. Eratex Djaja Tbk*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Mahardini, S., Ibrahim, I. M., & Riwendi, A. (2023). *Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta*. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Marpaung, F. K., Arnold, S. M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe*. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). *Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7, 162–165. www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP

- Muallifah, E. S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice Di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Muchlisin, M. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu)*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Munadi, R., Auwalin, I., Muchtar, K., Syahrial, & Gapy, M. (2023). *Rancang Bangun Aplikasi E-Kuesioner Berbasis Web Dengan Menggunakan Skala Thurstone*. *Jurnal Komputer, Informasi Teknologi, Dan Elektro*, 8(1), 1–9.
- Muslimin, D., Alamin, Z., Alizunna, D., Ainia, R. N., Prakoso, F. A., Missouri, R., Masita, Allo, K. P., Nugraha, D., Susetyo, A. M., & Fridayani, H. D. (2024). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran* (Rantika, Ed.). CV Lauk Puyu Press.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (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)*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, 7(1), 43–53.
- Nirwana. (2019). *Pengaruh Café Atmosphere Dan 3p (Product, Place Dan Price) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Café Di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Nuha, M. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Pramadhika, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung Wilayah Kota Semarang)*. Universitas Negeri Semarang.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. *Journal of*

- Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Puspitorini, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tempe kita Pada Konsumen Rumah Tempe Indonesia Kota Bogor*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Qadrina, S., Putra, S. S., & Kumba, D. (2023). *The Influence of Price Perception, Product Quality, and Promotions on Consumer Purchasing Decisions for Boba Drinks in Aus Business in Bangka, Pela Mampang, South Jakarta*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8996–9005.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rahmah, H. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Sophie Martin (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Ramayani, K. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi, Terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Umkm Minuman Boba Di Kec. Medan Timur Kota Medan*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(5), 522–529. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i5>
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026–1037.
- Rosanti, N., Salam, K. N., & Panus. (2021). *The Effects Of Brand Image And Product Quality On Purchase Decisions*. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(6), 365–375. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems360>
- Saktiawan, A. B., & Wiyadi. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra*

- Merek Smartphone Oppo. Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1285–1305.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1167>
- Saputri, S. A., & Novitaningtyas, I. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Review Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. Manajemen*, 15(1), 65–76.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 5(3), 71–84.
- Sekaran Uma, & Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, Buku 1, Vol. 12610). Salemba Empat.
- Setiawan, I. (2024). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. Program Studi Manajemen.
- Sofyan, D., Mar'aini, Napitupulu, A. A., Sim, G. N., & Jocelyn. (2024). *Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shoppe. Jurnal Pusat Akses Kajian Manajemen*, 4(1), 17–22.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-3, 2021) (Vols. 978-602-289-533-6). Alfabeta.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (n.d.). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Tjahjono, E. J., Ellitan, L., & Handayani, Y. I. (2021). *Product Quality And Brand Image Towards Customers' Satisfaction Through Purchase Decision Of Wardah Cosmetic Products In Surabaya. Journal of Entrepreneurship & Business*, 2(1), 56–70.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi Offset.
- Wijaya, F., Mulyono, H., Utami, F. N., & Rolando, B. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Champion Motor Mayang. Journal of Trends Economics and*

Accounting Research, 4(4), 976–984.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i4.1376>