

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung). *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Dewi, I.S., Amalia, N.R., Susanto., Andriani, C., & Afriady, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Pada Mahasiswa Universitas Semarang. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3 (2), 157 – 169.
- Ernawati, R., Dwi, A.B., & Argo, J.G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-commerce
- Fitriyani, W.I., Khuzaini., & Rina. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopaholic Store Banjarmasin Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopaholic Store Banjarmasin. Tesis Diploma, Universitas Kalimantan MAB.
- Gamas, J., & Suhermin. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10 (4), 1 – 16.
- Juanita, H. A., & Lestari, U. P. (2015). Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Pemanfaatan E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk E-Ticket Pesawat di Octopus Travel Surabaya. *Ebis*. Vol. 7. No. 1 (55 – 74)
- Khotimah, K., Elfiswandi, Lusiana, & Sari, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Online, Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pajak (EJAK)*. 4(1), 18 – 25.
- Maharini, B. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Perilaku Nasabah KopditCu “Unam” Berastagi. *Repository Universitas Quality*, 9.
- Manap, A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media.
- Manap, H. A. (2018). Revolusi Manajemen Pemasaran . Penerbit CV. Mitra Wacana Media.

- Marcelina, P.S., Teyseran, Y.J., Hellyani, C.A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Konsumen Indonesia. *Jurnal Jimek*, 3 (2), 252 – 262.
- Maryana, Reza., et al. (2023). Pengaruh Promosi Online, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Menggunakan Aplikasi Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9 (4), 1304 – 1316.
- Nurliyanti, N., Susanti, A.A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Dinasti Review : Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik*, 2 (2), 224 – 232. DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Pangemanan, C.E., Lopian, S.L.H.V.J., & Gunawan, E. (2022). Pengaruh Dukungan Selebriti dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Kosmetik Maybelline di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 10 (4), 434 – 443.
- Putra, S. (2021). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Peningkatan Penjualan Mobil Bekas Pada Showroom Auto Class Prasada Kota Padang. 1 – 96.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Word of Mouth. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Setiadi, Y. W. (2021). Pengaruh Marketing Online Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Produk Labbaik Chicken). *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*. 2(1), 99 – 111.
- Setiawan, D., Savitri, C., & Fadilla, S.P. (2024). Pengaruh Promosi Online, Kelompok Referensi, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Game. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5 (2), 5755 – 5767.
- Sofiyatuzzahro, Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *Ubhara Management Journal*, 1 (2), 242 – 254.
- Sugiyono. (2015). metode penelitian kombinasi (mixed method). Alfabeta Bandung
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2020). Pemasaran (edisi pert). CV. Andi Offset.

Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening. Jurnal Jekma. 2(1), 100 – 116.

Wicaksono, R.A., Octavia, A.N., & Aprianto, M.A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Semarang. Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21 (1), 423 – 432.

Wiramawan, T. H., & Triwardhani, D. (2023). Pengaruh Price, Promotion, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's di Jakarta). Jurnal Ilmiah Metansi, 6 (2), 242 – 252. DOI : <https://doi.org/10.57903/metansi.v6i2.202> Zalora di Jakarta. Business Management Analysis Journal (BMAJ), 4 (2), 200 – 218. DOI: <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>.

