

DAFTAR PUSTAKA

- Aban, N., & Tanusi, G. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores. *Analisis*, 19(1), 76–84.
<https://doi.org/10.37478/analisis.v19i1.325>
- Amin, A. M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di LAZADA.co.id. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 78–96.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ariwangsa, I. G. N. O., Lasmi, N. W., & Darma, I. M. R. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 5(2), 214–222.
<https://doi.org/10.35829/econbank.v5i2.317>
- Arumsari. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2(March 2010), 71–87.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Economics, P., Khaldoon, A., Ahmad, A., Wei, H., Yousaf, I., Ali, S. S., Naveed, M., Latif, A. S., Abdullah, F., Ab Razak, N. H., Palahuddin, S. H., Tasneem Sajjad , Nasir Abbas, Shahzad Hussain, SabeehUllah, A. W., Gulzar, M. A., Zongjun, W., Gunderson, M., Gloy, B., Rodgers, C., Orazalin, N., Mahmood, M., ... Ishak, R. B. (2020). MUHAMMAD DIRJA PRASETYA. In *Corporate Governance (Bingley)* (Vol. 10, Issue 1).
- 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>

Farozin, M. (2019). Kata kunci ۛ. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.

Febrianto, L. A. (2021). *TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI GOJK PLATFORM GO-FOOD (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.

Fitria Setyaningrum. (2019). 4, 2–3.

Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>

Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 21(1)*. www.antaranews.com

Lionarto, L., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 527–545. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3709>

Nasution, D. M. (2005). *Jurnal Keilmuan dan Penggunaan Terhadap Sistem Teknik Industri*. 4(52).

Sekretari, A., Manajemen, D., Sarana, B., & Jakarta, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Maria Lapriskia Dian Ela Revita Agtovia Frimayasa Aris Kurniawan. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 2614–3747.

- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Wardani, L., & Putra, K. E. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kain Tenun di Dusun Sade Lombok. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 579–584. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59058>
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Yuda.M. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen*, 01(September), 1–7.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.55-63>