

Daftar Pustaka

- Amiruddin, Jamal, & Wahbi, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cake & Bakery. *Business Uho : Jurusan Administrasi Bisnis*, 9(2), 635–645.
- Anggara, A., Auliasari, K., & Pranoto, Y. A. (2023). Metode Regresi Linier Berganda Untuk Prediksi Omset Penyewaan Kamera Di Joe Kamera. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 7, Number 1).
- Anwar, I. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (Jmpd)*, 2(3), 163–173. <https://doi.org/10.38035/Jmpd.V2i3>
- Apriastuti, N. M. D., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan *Electronic Word of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Belanja Online Shopee Di Kota Denpasar. *Jurnal Emas*, 3(10).
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 679–691.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.06.008>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Deepublish.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior (8th ed.)*. Fort Worth: Dryden Press
- Feronicha, L., & Wasino. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di E-Commerce Shopee. *Eco-Buss: Economics And Business*, 7(2), 992–1009. <https://doi.org/10.32877/Eb.V7i2.1600>
- Firmadona, A., Kusumah, A., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Marcks Di Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 4(1), 1576–1588.
- Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101–109.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Spss 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto. (2022). The Influence Of Price And Product Quality On The Purchase Decision. 3(2), 105–116. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/keizai/index>
- Hidayat, T. A. H., Indirawati, & Millanyani, H. (2024). The Influence Of E-Service Quality, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), E-Trust And Online Promotion On Impulsive Buying On The Tiktok Shop Platform. In *Nanotechnology Perceptions* (Vol. 20, Number 4).
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 01–17.

- Iskandar, K., Firdian, F., & Undartik, S. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Etos Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Dokter Rumah Sakit Permata Cirebon. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1).
- Kamila Putri, A., & Aghniarahma Junia, A. (2023). Pengaruh Live Streaming Dan *Electronic Word of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Skintific Melalui Tiktokshop). *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 8238–8248.
- Karina, M., & Sari, N. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tiktok Shop. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 6(2), 101–116. <https://doi.org/10.33753/Madani.V6i2.277>
- Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., Usadi, M. P. P., & Prayoga, K. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan *E-WOM* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Diana Ayu Garment. *Emas*, 6(4), 860–875. <https://doi.org/10.36733/Emas.V6i4.6115>
- Kusumasari, I. R. (2022). Pengaruh Flash Sale, Diskon, Dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis Upn" Veteran" Jawatimur). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(2).
- Lintang Sandy, P. K. F., & Jatmiko. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 187–198. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7885200>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 477–490.
- Olivia, J., & Nurfebriarining, S. (N.D.). *Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak* (Vol. 7).
- Prayoga, I., & Mulyandi, M. R. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Fore Coffee. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(5).
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Influence Of Prices, Product Quality And Brand Image On Garnier Product Purchase Decisions. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. In *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 4, Number 3).
- Putri, S. I., Ainurrohman, S., Riono, S. B., & Syaifulloh, M. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian Di Warmino Jayaberkah. *Cidea Journal*, 2(2), 139–159. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.1368>
- Rahayu Zahra, S., Angelina Vanessa Nainggolan, G., Nehe, E., Juniardo Tarigan, J., Fernando Situmorang, D., Ignasius Manalu, D., Rizki Afrisa, M., Simamora, J., & Hasahatan Nainggolan, G. (2024). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (Jbm)*, 2(2).
- Rara', B., Pasulu, I., & Kannapadang, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/Jebaku.V3i3.2854>
- Salim, R., & Effendi, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, *Electronic Word of Mouth* Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stei Indonesia). (*Doctoral Dissertation, Stei Rawamangun-Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*).

- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Ilmiah Dan Bisnis*, 10(2), 851–858.
- Sari, M., Mastuti, R., & Basriwijaya, K. M. Z. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Jagung (Zea Mays L) Di Kecamatan Darul Hasanah Kabupaten Aceh Tenggara. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(5), 6055–6064.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Journal Of Management (Sme's)*, 14(2), 153–168.
- Setyoningsih, Y., & Sutarmin. (2024). Pengaruh Live Streaming, Video Promotion, Dan E-WOM Terhadap Impulsive Buying Pada Tiktok Shop Di Surabaya. *Soetomo Management Review*, 2(6), 795–803.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 17(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukarnasih, D. M., Pramita Dewa Ayu Kadek, & Bhegawati, D. A. S. (2025). Peningkatan Produktivitas Umkm Mille Crepes “Kirimi Dessert.” *Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.62383/Aksinyata.V2i1.1013>
- Syaifuddin, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 240–245. <https://doi.org/10.37034/Infec.V6i1.856>
- Teni, & Yudianto, A. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Vii Smp Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1).
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Vidayat, S. R. F., & Arkansyah, M. (2023). Pengaruh Live Streaming Shopping Dan E-WOM Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Online Akun Tiktok @Jiniso.Id. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 5(2), 123–130. <https://doi.org/10.25008/Jpi.V5i2.140>
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 423–432.
- 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. <https://doi.org/10.47313/Oikonomia.V20i1.2988>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22.