

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Qiara Media.
- Arinawati, E. B. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XI* - Google Books. https://www.google.co.id/books/edition/Penataan_Produk_SMK_MAK_Kelas_XI/jN8TEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+kualitas+produk&pg=PA47&printsec=frontcover
- Banjin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_Peranannya/riAzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Effendie. (2017). *Keuangan Negara Suatu Tinjauan Komprehensif dan Terpadu*. Airlangga University Press.
- Fauziah, A., & Tirtayasa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Penggunaan Aplikasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Shopee pada Masa Pandemi Covid – 19. *Jesya*, 5(2), 1381–1395. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/17184>
- Fitriani, D. (2021). *During the Covid 19 Pandemic By the People of*. 2(3), 347–353.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R. (2018). *An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market*. *PSU Research Review*, 2(1), 7–23. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/PRR-08-2017-0034/>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Iranita. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kemasan (Packaging) dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh-Oleh Makanan Khas Tanjungpinang. *Bahtera Inovasi*, vol. 3,02, 182–193. <https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/view/3334>
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina*.
- Iswandi, M., & Ester, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Supermarket Gelael MT Haryono. *Orphanet Journal of Rare Diseases*,

21(1), 1–9. <https://bit.ly/3UU5Pzi>

Karmila, A., & Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al, U. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekstra Banjarmasin*. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/7109/>

Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), 1383–1389. <https://bit.ly/3gxSIVx>

Lusi Yuliani. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). Skripsi NIM: EES16044. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jala. <https://bit.ly/3i7MgFe>

Lyna, L., & Ditioblebit, H. (2021). Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker.Solopunya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02),84–89. <https://ejournals.fkwu.uniga.ac.id/index.php/BIEJ/article/view/206>

M.M, Siregar, Syofian, I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.

Maulana, Y. S., Marista, M., Nurjanah, D. S., & Hadiani, D. (2021). The Effect Of Brand Image and Brand Trust On Oppo Cellphones Purchase Decision In Banjar City. *Business Management Journal*, 8(2), 214 – 225. <https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JMB/article/view/89>

Moko, W. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press, 232. <https://bit.ly/3F2UFmX>

Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://www.ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/665>

Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Nurhidayati, S. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Lazada (Studi pada pengguna Aplikasi Lazada di kota Semarang*. Skripsi NIM: EES16044. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jala. Diakses melalui <http://repository.uinjambi.ac.id/4258/1/LUSI%20YULIANI-dikonversi>.

[pdf, 2020](#)

- Pramana, R. I. et al. (2018). Pengaruh Keamanan, Harga, Kelompok Referensi, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Oleh Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang Angkatan 2014). *Artikel Skripsi Universitas Maritim Raja Ali.*, 1-12. <https://cutt.ly/hM7ThMb>
- Purba, R. et al. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (T. Limbong (ed.)).
- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2018). *Pengaruh Iklan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon*. 7(2001), 19–24. <https://cutt.ly/dM7Ua02>
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/13137>
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Go-Jek. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3, 10–27. <https://cutt.ly/tM7ILB3>
- Rafidah, I. (2017). Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–17. shorturl.at/nzE03
- Rahayu, S. (2021a). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/1271>
- Rahayu, S. (2021b). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian* (E. Pariyanti (ed.)). Penerbit Adab.
- Rahman Sahli, A. (2019). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Goride Jakarta*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta). <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6270>
- Sahir, S. H., Mardia, Mistriani, N., Sari, O. H., & Dewi, I. K. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran* (A. Karim & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Saputra, F. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Masker Sensi Duckbill pada Shopee di Surabaya pada Masa Pandemi Covid 19 - Perbanas Institutional Repository*. <http://eprints.perbanas.ac.id/9020/>
- Sari, D. P. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa*

- Universitas Mercu Buana Yogyakarta*) - UMBY repository. Retrieved August 4, 2022, from <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/4415/>
- Sari, M. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang*. <http://repository.radenfatah.ac.id/7877/>
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34–46. <https://cutt.ly/U1wF3wR>
- Satriadi, Wanawir, Siwiyanti, Nursaidah, & Siwiyanti, E. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Sudaryono, D. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (F. Sigit (ed.)). (Penerbit ANDI).
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono, D. P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm/article/view/2086>
- Suharsimi, A. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. PT RINEKA CIPTA.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. GUEPEDIA. <https://bit.ly/3yKb0sy>
- Syah, N. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 213. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/768>
- Syamsuri, A. R., Anggraini, C. W., Pratiwi, D. P., & Afriliana, S. (2021). Keputusan Pembelian Masker Merek Sensi (Non Medis) Berdasarkan Kualitas Dan Citra Merek Dimasa Covid-19. *Bisnis Mahasiswa*, 215–224. <https://bit.ly/3MzqJjK>
- Tantri, A. T. F. (2017). *Manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.

Yenni, A. (2019). Keputusan Pembelian Produk. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2). PT Inovasi Pratama Internasional. <https://cutt.ly/B1wJAu8>

