

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, F. S., Arif, M., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Penerapan Konsep Sustainable Terhadap Industri Fashion Halal Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Usaha Jahit Wati). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(4), 317–330.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28–36.
<https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.113>
- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi *SEIKO: Journal of Management & ...*, 6(2), 193–212.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4371/2849>
- Ramadhani, A. R., & Sulistyowati, S. N. (2024). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Grabfood*. 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.32764/bep.v2i1.1080>
- Roslinda, S., Sitanggung, D., & Sitompul, P. (2024). *Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian paket data Telkomsel pada masyarakat Kelurahan Babura Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Medan*. 24, 25–33.
- Adinda Putri Kusherawati, Riyanti Isaskar, H. E. D. (2023). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian dengan Brand Trust sebagai Variabel Moderasi*. 4(1), 88–100.
- Adrianantama, R. A., & Rahmanto, B. T. (2024). *Dampak Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Layanan*. 7, 287–298.
- Alfian, L. V., & Kurniawan Adhie, M. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

- Minat Beli Ulang Produk Yakult di Bandar Lampung. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Yakult Di Bandar Lampung, 1*, 20–28.
- Alqodry, M. R. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Consumer Trust Dan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Uniqlo Indonesia)*. 24(1), 731–737. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i1.4414>
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7-P*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Artanti, Y., Hari Prasetyo, F., & Sulistyowati, R. (2019). How Social Media *Marketing* Influences Online Purchasing Decision: Study of the Viral *Marketing* and Perceived Ease of Use. *KnE Social Sciences*, 3(11), 988. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i11.4066>
- Brestilliani, L., & Suhermin. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9, 19. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/9186-Full_Text.pdf
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). model keputusan pembelian

melalui kepuasan konsumen pada marketplace: kualitas produk dan kualitas pelayanan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Claranita, H. S. & L. (2020). Analisa Pengaruh Product Quality Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Madame Chang Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan konsumen. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.

Fadhilah, M., Cahyani, P. D., & Nurjanah, T. (2023). Meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik melalui kepercayaan merek, kualitas produk, dan label halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(2), 319–328.

Farobbi, A., Hartono, & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian produk Smartphone merek Oppo (Studi pada Toko Smartphone Kota Indah Cellular Krian). *Seminar Nasional Akuntansi Bisnis Dan Manajemen (SNABM)*, 1(1), 71–81. <http://snabm.unim.ac.id/index.php/prosiding-snabm/index>

Febriani, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Di Kecamatan Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v9i1.1081>

Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition.

Hakim, A., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). Faktor-Faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian di Instagram: Peran Trust sebagai Variabel Mediator. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 14(3), 296–309. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.3.296>

Hartanti, D. N., Lestari, Dewi Puji, & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle, Discount Dan Promosi Penjualan Terhadap Impulsive Buying Produk Di Cordy Butik Bandar Lampung. *Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)*, 3(1),

- 377–384. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>
- Hasan, I., & Wahyuni, A. D. (2023). Implementasi Strategi *Marketing Mix* pada Pembiayaan Pensiun PT. Bank Syariah Indonesia KCP. Kota Pinang. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 2(3), 1036–1042. <http://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/762%0Ahttp://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/semnasfe/article/download/762/329>
- Halim, R., & Hamzah, M. I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Kosakata Apparel. (*JEBI*) *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(1), 18. www.jurnal.stiebi.ac.id
- Hendri, H., & Budiono, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Turst, Ewom Terhadap Purchase Intention Pada Produk H&M Pada Masa Pandemi Covid- 19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 371. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11881>
- Hidayat, A., Zulkifli, & Jumarni. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Waralaba Kuliner Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 102–111.
- Ibrahim, D., & Arifuddin, A. (2022). Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada PT Mirama. *Amsir Bunga Rampai Journal*, 1(1), 81–92.
- Ilmiah, J., Dan, E., Ginanjar, S. E., Tinggi, S., Administrasi, I., Bandung, B., Shalsabila, D., Tinggi, S., Administrasi, I., Bandung, B., Noviawati, R., Tinggi, S., Administrasi, I., Bandung, B., Faturohman, R., Tinggi, S., Administrasi, I., Bandung, B., Bandung, K., ... Decision, P. (2024). *Keputusan pembelian pada generasi Z dapat ditinjau dari endorsment*. 2(2), 255– 260.
- Ivanka, C. N., Ardhanari, M., & Kristyanto, V. S. (2023). Pengaruh Social Media *Marketing* Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Equity, Brand Engagement, Dan Customer Bonding Sebagai Mediator Pada Media Sosial

- Instagram Somethinc. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(1), 68–87. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i1.4720>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kanter, G. E., Lopian, J. S. L. H., Soepeno, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian minuman coffee latte era pandemi COVID-19 di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1555–1565.
- Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal [the Effect of Packaging, Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions on Local Brand Fashion]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(2), 244. <https://doi.org/10.19166/derema.v15i2.2445>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pandiva Bu).
- Leviana, T. (2019). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Willingness To Pay Premium Price melalui Brand Equity pada Konsumen Estee Lauder. *Agora*, 7(1), 1–6. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8157>
- Manoy, T. I., Mananeke, L., & jorie, R. J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Ake Maumbi. *Jurnal EMBA*, 9(4), 314–323.

- 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), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- 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.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
- Natalia, J. L. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran citra merek, kualitas produk, dan diskon terhadap keputusan pembelian sepatu PVNShoes (studi kasus mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2414–2428. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.820>
- Ni Kadek Tara Wahyuni, I Gusti Ayu Imbayani, I. M. S. P. (2023). *Pengaruh design product, brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian skincare pada Karin Beauty Glamour Sukawati*. 4, 103–114.
- Nining Yuniati. (2023). Analisis *Marketing Mix* Destinasi Wisata Candi Borobudur. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 2998–3003.
- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi *SEIKO: Journal of Management & ...*, 6(2), 193–212. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4371/2849>
- Nissi, Y. El, & Budiono, H. (2019). Kepercayaan Merek Sebagai Mediator Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(3), 629. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5375>

- Novitasari, D., Taruli Pebrina, E., Sutardi, D., Agung Nugroho, Y., Putra, F., & Tinggi Ilmu Ekonomi Insan Pembangunan, S. (2022). Pelatihan Digital *Marketing* dan *Social Media Marketing* Terhadap Pelaku UMKM di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement*, 2(2), 11. <http://jocosae.org/index.php/jocosae/article/view/39%0Ahttp://jocosae.org/index.php/jocosae/article/download/39/33>
- Novitasari, E. C., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Koperasi Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Program Studi Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2076–2090. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.719>
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian motor matic Honda BeAT (studi pada warga perumahan Pesona Permata Ungu Krian Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554–1563. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1554-1563>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Boo). Putra Perssela, R., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3), 650–656. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Putra, T. W., & Keni, K. (2020). Brand Experience, Perceived Value, Brand Trust Untuk Memprediksi Brand Loyalty: Brand Love Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 184. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7759>
- Pratiwi, I., Nuryanto, U. W., & Suparmoko, M. (2022). Peran organizational citizenship behaviour dalam memediasi kepemimpinan kepala sekolah dan komitmen organisasi terhadap kinerja sekolah. *JPPI (Jurnal Penelitian*

- Pendidikan Indonesia*), 8(3), 752. <https://doi.org/10.29210/020221537>
- Rahman, H. A., & Sitio, A. (2020). the Effect of Promotion and Product Quality Through Purchase Decision on the Customer Satisfaction of Bohemian Project.Id Products. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(1), 55–72.
<https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i1.2019.346>
- Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina Di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 402–409. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>
- Ramadhani, A. R., & Sulistyowati, S. N. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Grabfood. 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.32764/bep.v2i1.1080>
- Rendy, H., Putro, A. J. W., & Gunawan, E. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 12(2), 125–142. <https://doi.org/10.33508/jumma.v12i2.4841>
- Rosalia, Y., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. *Jurnal Penelitian Ekonomi* 68–75.
<https://jurnalpatronisntitute.org/index.php/jurpem/article/view/31%0Ahttps://jurnalpatronisntitute.org/index.php/jurpem/article/download/31/24>
- Arif, M., & Hasibuan, R. R. A. (2023). Penerapan Konsep Sustainable Terhadap Industri Fashion Halal Ditinjau Dari Perspektif Islam (Studi Kasus Usaha Jahit Wati). *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi*, 1(4), 317–330.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28–36.
<https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.113>

- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi *SEIKO: Journal of Management & ...*, 6(2), 193–212.
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371%0Ahttps://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4371/2849>
- Ramadhani, A. R., & Sulistyowati, S. N. (2024). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Grabfood*. 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.32764/bep.v2i1.1080>
- Roslinda, S., Sitanggang, D., & Sitompul, P. (2024). *Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian paket data Telkomsel pada masyarakat Kelurahan Babura Sunggal Kecamatan Medan Sunggal Medan*. 24, 25–33.
- Samuel Tenang Ukur Ardianta Ginting 1, S. R. B. T. 2. (2024). *Pengaruh harga dan proses terhadap loyalitas pelanggan martabak Bangka Terang Bulan di Medan*. 6(01), 25–37.
- Salimah, Prayitno, D., & Susilowati. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asia Grow Logistics Cabang Semarang. *Jurnal Ekonomi Logistik*, 6, 59–69.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646>
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (UKI Press).
- Siti Ukhfiya, Marsofiyati, A. S. (2024). *PENGARUH PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA INDUSTRI DAN INFORMASI KERJA TERHADAP KESIAPAN KERJA SISWA KELAS XII SMK NEGERI 14 JAKARTA*. 2(1), 129–152.

- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, S., & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. *Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Suawa, A. J., Tumbel, A. L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5195– 5204.
- Tong, T. K. P. B., & Subagio, H. (2020). Analisa Pengaruh Social Media *Marketing* Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 10.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh Social Media *Marketing* Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia. *Jurnal Hospital Dan Manajemen Jasa*, 8(2), 77–87.
- Upadana, M. wahyu K., & Pramudana, K. A. S. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media *Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p14>
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya belanja online generasi Z dan generasi milenial di Jawa Tengah (studi kasus produk kecantikan di online shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>
- Wibasuri, A., Tamara, T., & Adi Sukma, Y. (2020). Measurement Social Media *Marketing* dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Online Shopee. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian*, 68– 78.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–314. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26367>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga ,

Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pelanggan Sinestesa Coffeeshop pati). *Journal Of Managemnt & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman>. v5i1.1772

Yulita, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Riau, M. (2021). Pengaruh kualitas produk dan positioning terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek produk asuransi kesehatan kumpulan di PT. Asuransi jiwa general Indonesia regional Sumatera. *Insight Management Journal*, 1(3), 95–105. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>

Zayusman, F., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Tokopedia di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 360–368.

