

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Aditya, G., & Ristanto, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71.
- Agustina, M., Tholok, F. W., & Handry, H. (2019). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs jual beli Tokopedia (studi kasus wilayah Tangerang). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1–13.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25–31.
- Alananzeh, O., Tarhini, A., & Algudah, O. (2018). The effect of promotional mix on hotel performance during the political crisis in the Middle East. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 33–49.
- Ali, H. (2019). Purchase decision and repurchase models: product quality and process analysis (case study of house ownership credit financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 5(9), 526–535.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Alrosyid, F. A. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK*. Universitas Putra Bangsa.
- Amalia, R. N., & Dianingati, R. S. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15.
- Amanah, D., Hurriyati, R., Gaffar, V., Layla, A. A., & Harahap, D. A. (2018). Effect of price and product completeness to consumer purchase decision at Tokopedia. com. *Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship 2017*, 1, 34–37.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31.
- Amron, A. (2018). The influence of brand image, brand trust, product quality, and price on the consumer's buying decision of MPV cars. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228.
- Anggita, R., & Ali, H. (2017). The influence of product quality, service quality and price to purchase decision of SGM Bunda Milk (Study on PT. Sarihusada Generasi

- Mahardika Region Jakarta, South Tangerang District). *Scholars Bulletin*, 3(6), 261–272.
- 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), 96–107.
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19–28.
- Apriani, A. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Sabun Mandi Lifebuoy Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 1(2), 229–242.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ashari, R., & Widayanto, W. (2018). Pengaruh kepercayaan dan risiko terhadap keputusan pembelian melalui sikap pengguna pada situs belanja online Lazada. com (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 209–218.
- Astuti, M., MM, M. O. S., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Astuti, W. (2022). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung)*. FKIP UNPAS.
- Aullia, G. S., Putri, S. N. R., & Wisudawanto, R. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Telkom Witel Solo dalam Membentuk Citra Perusahaan*. Universitas Sahid Surakarta.
- Bailey, S., & Milligan, A. (2022). *Myths of Branding: Dispel the Misconceptions and Become a Brand Expert* (Vol. 9). Kogan Page Publishers.
- Banowati, A. I. (2022). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee di Bandar Lampung*.
- Bmspeed7. (2020). *Daftar Official Store KYT Jakarta*. [www.Bmspeed7.Com](http://www.Bmspeed7.Com). <https://bmspeed7.com/toko-helm-kyt/>
- BPK RI. (2009). *Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009*. <https://peraturan.bpk.go.id>
- BPS DKI Jakarta. (2021). *Jumlah Korban Kecelakaan Lalu Lintas Menurut Jenis Kendaraan Bermotor di Provinsi DKI Jakarta*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/34/593/1/jumlah-korban-kecelakaan-lalu-lintas-menurut-jenis-kendaraan-bermotor-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- BPS DKI Jakarta. (2022). *Jumlah kendaraan bermotor menurut jenis kendaraan unit di provinsi DKI Jakarta*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/17/786/1/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis-kendaraan-unit-di-provinsi-dki-jakarta.html>

- Cheung, M. L., Pires, G. D., & Rosenberger III, P. J. (2019). Developing a conceptual model for examining social media marketing effects on brand awareness and brand image. *International Journal of Economics and Business Research*, 17(3), 243–261.
- Databoks. (2022). *Situs E-Commerce dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>
- Daulay, R., & Putri, R. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-8*, 16.
- de Oliveira, G. F., & Rabechini Jr, R. (2019). Stakeholder management influence on trust in a project: A quantitative study. *International Journal of Project Management*, 37(1), 131–144.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan reliabilitas kuisioner pengetahuan, sikap dan perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.
- Diana Santy, N. W. (2021). *Citra Perusahaan Garuda Indonesia: Persepsi Para Loyalis Garuda Indonesia*. STTKD Sekolah Tinggi Teknologi Kerdigantaraan Yogyakarta.
- Durmaz, Y., Çavuşoğlu, S., & Özer, Ö. (2018). The effect of brand image and brand benefit on customer loyalty: The case of Turkey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5), 528–540.
- Efendi, M. I., Richowanto, M., Lestari, D. A., & Farida, S. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(3), 207.
- Erlangga, H. (2021). Effect of digital marketing and social media on purchase intention of Smes food products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3672–3678.
- Etuk, A., & Udonde, U. E. (2023). Service Promotion Mix Strategies And Marketing Performnace Of Indigenous Hotels In Akwa Ibom State. *Studies*, 6(3), 67–92.
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 203–213.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(1), 176–188.

- Febriana, M. B., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Konsumen Sepatu Merek Converse di Kota Malang)*. Brawijaya University.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fouratama, F., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 207–215.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th, berilus ed.). Cengage, 2019.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis 9th Edition, Cherton House, NW: Cengage Learning*.
- Halin, H. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan semen baturaja di Palembang pada pt semen baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79–94.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102.
- Hanifah, H., Sutedja, A., & Ahmaddien, I. (2020). *Pengantar Statistika*.
- Harahap. (2019a). Mahasiswa dan revolusi industri 4.0. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 70–78.
- Harahap, E. F. (2019b). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal Knowledge Management*, 12(1), 12–20.
- Haris, D. (2019). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH*, 21–41.
- Haryanto, M. M., & Rudy, D. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing.
- Hernandez-Fernandez, A., & Lewis, M. C. (2019). Brand authenticity leads to perceived value and brand trust. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(3), 222–238.
- Hien, N., Phuong, N., Tran, T. Van, & Thang, L. (2020). The effect of country-of-origin image on purchase intention: The mediating role of brand image and brand evaluation. *Management Science Letters*, 10(6), 1205–1212.

- Hutabarat, Z., Larson, D., & Irawan, M. D. (2021). Pengaruh Perceived Parental Reward, Entrepreneurial Self Efficacy, Yang Dimoderasi Family Business Involvement Terhadap Entrepreneurial Intention Di Universitas Pelita Harapan. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 54–68.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1), 14–22.
- Itani, O. S., Krush, M. T., Agnihotri, R., & Trainor, K. J. (2020). Social media and customer relationship management technologies: Influencing buyer-seller information exchanges. *Industrial Marketing Management*, 90, 264–275.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*.
- Jaya, U. A., Bagja, S. I., & Somantri, B. (2020). Pengaruh Price dan Product Quality Terhadap Costumer Loyalty Internet Indosat Ooredoo di Sukabumi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 33–42.
- JpnIndonesia. (2023). *PT. Tara Kusuma Indah Helm KYT dan Helm Somi, INK, MDS, BMC, Hiu, dll Hadir di Jakarta Fair 2023*. <https://jpnindonesia.com/2023/07/08/pt-tara-kusuma-indah-helm-kyt-dan-helm-somi-ink-mds-bmc-hiu-dll-hadir-di-jakarta-fair-2023/>
- Khusuma, D. T., & Utomo, H. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga. *Among Makarti*, 13(2).
- Kiwango, G., Francis, F., Hasselberg, M., Chillo, O., & Moshiro, C. (2020). Perception of unsafe driving behaviour and reported driving behaviour among commercial motorcyclists in Dar es Salaam, Tanzania. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 74, 30–39.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management, millenium edition*. Prentice-Hall, Inc. 222-223.
- Kristanto, V. D., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di The Win Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*

*Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145–154.

- Larson, H. J., Clarke, R. M., Jarrett, C., Eckersberger, E., Levine, Z., Schulz, W. S., & Paterson, P. (2018). Measuring trust in vaccination: A systematic review. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 14(7), 1599–1609.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall. com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–8.
- Li, C.-C., Dong, Y., Xu, Y., Chiclana, F., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2019). An overview on managing additive consistency of reciprocal preference relations for consistency-driven decision making and fusion: Taxonomy and future directions. *Information Fusion*, 52, 143–156.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Mardiah, A., & Anugrah, H. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Ulang Secara Online. *MENARA Ilmu*, 14(2).
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2020). Sistem Pengendalian Mutu. *Metromedia, Surabaya*.
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi, K. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Jurnal Co Management*, 1(1), 139–152.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Mujid, A., & Andrian, A. (2021). Strategi Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Minat Melanjutkan Sekolah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 66–76.
- Musnaini, M., & Mudhita, I. K. (2022). Model Efektivitas Promosi Produk Lokal Agroindustri Menggunakan Platform Sosial Media. *Khazanah Intelektual*, 6(3), 1534–1544.
- Mustapa, A., Paramita, P. D., & Hasiholan, L. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Keragaman Produk Sparepart Toyota Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan PT. New Ratna Motor Semarang). *Journal of Management*, 4(4).
- Nisak, D. A. K., & Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Islam Iain Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41–48.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90–108.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone nokia dengan citra merek sebagai pemediasi*. Udayana University.
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh kelompok acuan, gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian helm merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 619–630.
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The impact of digital marketing on consumer buying decision process in the Egyptian market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120–132.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Pro Mark*, 10(1).
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Atmogo, Y. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.
- Pasha, K., & Hadibrata, B. (2019). The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Perceived Quality on Consumer Purchase Decision of Sampoerna A Mild Products. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 67–76.
- Pasigai, M. A. (2010). Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Balance*, 6(2), 51–56.
- Portal, S., Abratt, R., & Bendixen, M. (2019). The role of brand authenticity in developing brand trust. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 714–729.
- Prasad, S., Garg, A., & Prasad, S. (2019). Purchase decision of generation Y in an online environment. *Marketing Intelligence & Planning*, 37(4), 372–385.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 45.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35–40.
- Rahmatulah, B., & Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Helm Merek Kyt Di Kecamatan Bintara Kota

- Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3), 1–14.
- Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 302–330.
- Rambe, R. (2019). Pengaruh tingkat pengetahuan zakat tingkat religiusitas tingkat pendapatan dan tingkat kepercayaan baznas su terhadap minat membayar zakat profesi para pekerja. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(1), 65–86.
- Rambocas, M., & Ramsuhag, A. X. (2018). The moderating role of country of origin on brand equity, repeat purchase intentions, and word of mouth in Trinidad and Tobago. *Journal of Global Marketing*, 31(1), 42–55.
- Razany, L., & Hasbi, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Helm Merek KYT. *EProceedings of Management*, 10(4).
- Riyadi, Y. A. (2020). *Pengaruh Promosi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Palu*. IAIN Palu.
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169–175.
- Salem, M. Z. (2018). Effects of perfume packaging on Basque female consumers purchase decision in Spain. *Management Decision*, 56(8), 1748–1768.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Santri, D., & Miftah, M. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Harga dan Minat Beli Kosmetik di Kota Kendari. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 3(1).
- Sari, D. Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang)*.
- Sarippudin, A., Fitriani, I. D., & Zulkarnaen, W. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di ITC Kebon Kalapa Bandung. *Jurnal SEMAR: Sain Ekonomi Manajemen & Akuntansi Riviu*, 1(3), 42–51.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Setiawan, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap

- keputusan menggunakan jasa kurir JNE, Agen Jasafa Jatiasih, Bekasi, Jawa Barat. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 1(2), 166–178.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(3), 111–119.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie*. Riau University.
- Sianturi, H. P., Lubis, T. W. H., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36.
- Sinha, S. K., & Verma, P. (2020). Impact of sales Promotion's benefits on perceived value: Does product category moderate the results? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101887.
- Sinta, I., Ilham, R. N., Multazam, M., Sihombing, R., & Suryani, S. P. (2021). The Effect Of Country Of Origin And Celebrity Endorsement On Purchase Decisions VIVO Smartphones Products (Case Study on Cellular Global Customers in Tebing Tinggi City). *International Conference on Health Science, Green Economics, Educational Review and Technology*, 3, 298–304.
- Sudaryono, D. (2016). Manajemen Pemasaran teori dan implementasi. *Yogyakarta: Andi*.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Suhud, U., & Willson, G. (2019). *Low-cost green car purchase intention: Measuring the role of brand image on perceived price and quality*.
- Sukmawati, N. M. H., & Putra, I. G. S. W. (2019). Reliabilitas kusioner pittsburgh sleep quality index (Psqi) versi bahasa Indonesia dalam mengukur kualitas tidur lansia. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 3(2), 30–38.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen UNSERA*, 6(1), 36–50.
- Susanti, N. I., Inayah, N., & Hamzah, N. M. (2020). Pengaruh faktor keluarga, religiusitas dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah memilih bank konvensional (Studi kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAI Darussalam). *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 221–240.
- Sutiyono, R., & Hadibrata, B. (2020). The Effect Of Prices, Brand Images, And After Sales Service Reinforced Bar Steel Products On Consumer Purchasing Decisions Of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel Marketing. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(6), 947–967.
- Syafiq, I. R., & Hidayat, R. (2024). Measuring The Contribution of Product Quality to

- Competitive Advantage in MSME. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3106–3120.
- Syaleh, H., & Nasution, R. N. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek GM Pada Mahasiswa/i Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(2), 42–52.
- Taherdoost, H. (2019). What is the best response scale for survey and questionnaire design; review of different lengths of rating scale/attitude scale/Likert scale. *Hamed Taherdoost*, 1–10.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1–18.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. *Yogyakarta: Penerbit ANDI*.
- Top Brand. (2022). *Komparasi Brand Index*. [Www.Topbrand-Award.Com. https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=8&id\\_subkategori=265&tahun\\_awal=2020&tahun\\_akhir=2023&brand1=BMC&brand2=GM&brand3=INK&brand4=KYT&brand5=NHK](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=8&id_subkategori=265&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2023&brand1=BMC&brand2=GM&brand3=INK&brand4=KYT&brand5=NHK)
- Utomo, D. P., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Super Sambel Semarang Cabang Lamper). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 178–188.
- Vasić, N., Kilibarda, M., & Kaurin, T. (2019). The influence of online shopping determinants on customer satisfaction in the Serbian market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2), 70–89.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-b*. Brawijaya University.
- Vongurai, R., Elango, D., Phothikitti, K., & Dhanasomboon, U. (2018). Social media usage, electronic word of mouth and trust influence purchase-decision involvement in using traveling services. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 6(4), 32–37.
- Wahyuni, M. I. (2018). *Penerapan Manajemen Kualitas Pada Hotel Non Bintang Di Kota Yogyakarta*. UAJY.
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). The Effect of Sales Promotion on Electronic Word of Mouth and Purchase Decision (Study on

- Bukalapak Users in Denpasar City). *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 176–182.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Wicaksana, P. S. I., & Baldah, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti The Influence Of Trust, Location And Promotion On Subsidized Home Purchase Decisions At PT. Mitra Indah Properti. *Pelita Ilmu*, 15(1), 1–8. file:///C:/Users/Winda Cornelia/Downloads/794-Article Text-1701-2-10-20211030.pdf
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199–207.
- Wijaya, F. (2017). *Pengaruh Cira Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*. STIE PERBANAS SURABAYA.
- Wiyata, M. T., Putri, E. P., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Customer Experience, Ease of Use, dan Customer Trust Terhadap Repurchase Intention Konsumen Situs Jual Beli Online Shopee. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 11–21.
- Yohana, N. K. Y., Dewi, K. A. P., & Giantari, I. (2020). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 215–220.
- Yunus, K., Gani, R. A., & Julianti, R. R. (2021). Persepsi siswa terhadap pembelajaran aktivitas air. *Jurnal Segar*, 9(2), 69–78.
- Yustiawan, O., & Prijati, P. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian honda vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(2).