

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Angelina Rares, R. J. J. (2015). *ISSN 2303-1174 A. Rares., R.J. Jorie. Emba*, 3(2),
- Arianto, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3 (2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075592-60>
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE , HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com)*. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Amaliani Islami, S., Maharani, N., & R.Oktini, D. (2016). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Toko Sepatu Pasar Kota Kembang Bandung)*. *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika Unisba(Sosial Dan Humaniora)*, 1(1), 156–159
- Cahya, E., & Harti. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya*. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–15.
- Chen, H., Xu, H., Yenti Sumarni, Siaha Widodo, A., Pujayanti, D. A., Ishatono, I., Raharjo, S. T., Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2020). *M 2 -1,2-. Al Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 159. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Daud, Z. U. (2018). *Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Dinawan, M. R., Kunci, K., Produk, K., Kompetitif, H., Merek, C., & Pembelian, K. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369. www.cahyamotor.com/index

- Databooks, we A. S. (2019). Aktivitas pengguna E-commerce di Indonesia.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- F, B. R. S., & H, T. I. P. (2018). *Proses Pengambilan Keputusan Keikutsertaan Asuransi Bpjs Sebagai Penjamin Kesejahteraan Kesehatan Keluarga*. *Komunikatif*, 6(1), 40–50.
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/1600>
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- Jefryansyah, J., & Muhajirin, M. (2020). *Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online*. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 85–94.
<https://doi.org/10.30812/target.v2i1.703>
- Kata data .2021. *10 Negara Dengan Prentase Pengguna E-commerec Di Dunia*
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Kodu, S. (2013). *HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA*. *Ekonomi Manajemen Bisnis Akutansi*, 1, 1251–1259.
- Kartikasari, D. (2013). *PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Penelitian Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 3(2), 74110
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- Lidya mongi, lisbeth mananeke, A. (2013). *KUALITAS PRODUK, STRATEGI PROMOSI DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI TELKOMSEL DI KOTA MANADO*. *Ekonomi Manajemen Bisnis Akutansi*, 1, 2336–2346.

- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis of Service Quality, Product Completeness, and Price on Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58
- MARS.2018. *Barang yang paling sering dibeli secara online* https://www.google.co.uk/search?q=data+barang+yang+biasa+di+beli+wanita+secara+online&tbm=isch&ved=2ahUKEwjLgMDN2Mv0AhV-m0sFHcKAAngQ2-cCegQIABAC&oeq=data+b&gs_lcp=ChJtb2JpbGUtZ3dzLXdpei1pbWcQARgBMgcIIxDvAxAnMgcIIxDvAxAnMgcIIxDvAxAnMgQIABBDMgUIABCABDoGCAAQCBAeOgQIHhAKULQRWPYPYK84aAJwAHgAgAHLAYgBsQ6SAQY1LjEwLjGYAQCGAQHAAQE&scient=mobile-gws-wiz-img&ei=ky6sYYvrFf62rtoPwoGKwAc&bih=622&biw=414&client=safari&prmd=insxv&hl=id-gb#imgsrc=M0oOsdJi9tMYSM
- Mandey, J. B. (2013). *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild,*
- Martini, T. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. Jurnal Penelitian*, 9(1), 113–132. <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.854>
- Nasution, H. F. (2018). *PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Nasution, M. A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. Jurnal Warta Edisi*: 59, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). *Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincau Station Surabaya. Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–11.
- Prativi, Y. P., Dewi, D. M., & Chairia. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). Jimea*, 4(1), 106–113. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/>

- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. Diponegoro Journal Of Management*, 7, 1–11.
- Perwitasari, Z., & DS, A. H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Teh Botol Sosro Yang Melakukan Pembelian Di Indomaret Kelurahan Tembalang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 25–36
- Rahayu, S. (2021). *Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. Mbia*, 20(1), 40–50. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>
- Rahmawaty, P. (2014). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti. Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 82–89. <https://doi.org/10.21831/jim.v11i2.11788>
- Ristiyantri yuri murdo. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHIKEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINEDI YOGYAKARTA. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26, 99–108. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26il.3276>
- Sukarman, & Sugiar. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi return saham. Jurnal Agribisnis*, 11(6), 183–201.
- Slamet Istono, iwan kurniawan subaja. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan harga promosi terhadap keputusan pembelian buah melon PT.syafina Niaga. Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2(2338–4794), 2–17.
- Sukirno, S. (2006). *MIKRO EKONOMI Teori Pengantar (3rd ed.)*.
- Yayan. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hepi fashions branded cikarang pusat bekasi. 1–19. https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/*