

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andrean, A., Nugroho, N., Akbar, F., Hutabarat, M., Anggraini, D., & Supriyanto. (2021). Keterkaitan Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. *Sensasi*, 240–244.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75.
https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Citra+Merek,+Harga+Dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Handphone+Merek+Oppo+Di+Sleman+Daerah+Istimewa+Yogyakarta&hl=id&as_sdt=0,5
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model

- Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 60–76.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heri Sudarsono. (2020). *Buku Ajar, Manajemen Pemasaran*.
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>
- Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (Ed.). (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purnama, N. I., & Rialdu, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 982–992.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8424>
- 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>
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). *Pengaruh Flash Sale , Customer Review , Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri)*. 322–328.
- Simanjuntak, O. D. P. (2022). Pengaruh Flash Sale Promotion dan Discount terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 383–387.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, & Satisfaction*.

- Ujang Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen. Edisi kedua*.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.
<https://journals.synthesispublication.org/index.php/Ilman/article/view/200>
- Windiawati, G. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri*.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Andrean, A., Nugroho, N., Akbar, F., Hutabarat, M., Anggraini, D., & Supriyanto. (2021). Keterkaitan Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. *Sensasi*, 240–244.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75.
<https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Citra+M>

erek,+Harga+Dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Handphone+Merek+Oppo+Di+Sleman+Daerah+Istimewa+Yogyakarta&hl=id&as_sdt=0,5

- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dukalang, R., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Model Promosi Flash Sale dan Tagline Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembeli di Tokopedia. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 60–76.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1833>
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heri Sudarsono. (2020). *Buku Ajar, Manajemen Pemasaran*.
- Herlina, Loisa, J., & Matius, T. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16.
<https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>
- Hidayat, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (Ed.). (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimnt.v2i4.463>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purnama, N. I., & Rialdu, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 982–992. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/8424>
- 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>
- Saputri, S. I., Hakimah, E. N., & Sardanto, R. (2022). *Pengaruh Flash Sale , Customer Review , Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri)*. 322–328.
- Simanjuntak, O. D. P. (2022). Pengaruh Flash Sale Promotion dan Discount terhadap Online Impulsive Buying (Studi Pada

- Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Sari Mutiara Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 383–387.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, & Satisfaction*.
- Ujang Sumarwan. (2015). *Perilaku Konsumen. Edisi kedua*.
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25–32.
<https://journals.synthesispublishing.org/index.php/Ilman/article/view/200>
- Windiawati, G. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Greenland Gajah Mada Kwadungan Kabupaten Kediri*.