

DAFTAR PUSTAKA

- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Aropah, D. Z., Wijayanto, H., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh E-Wom, Pengetahuan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Bekas Bergaransi Ex Internasional Di Ponorogo. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 344–358. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i2.63>
- Baramuly Pratama Haryono, Adhitya, Citaningtyas Ari Kadi, Dian, E. a. (2022). PENGARUH THREAT EMOTION KONSUMEN, PRICE, E-WOM DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SECOND DI FACEBOO. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, Vol 4(September 2022), 1–12.
- Dhea Febyana, S., Herman Mulyono, L. E., & Mujahid Dakwah, M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(1), 68–73. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i1.199>
- Faris Nurrohman. (2018). Asosiatif Kausal . *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1, 37–45.
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*,

- 18(2), 148–158. <https://doi.org/10.28932/jmm.v18i2.1613>
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Septiani and Prambudi/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's), Vol.14, No.2, 2021, p153-168. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo, 14(2), 153–168.*
- Setiyadi, I. N., Alamsyah, A. R., & Racmawati, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Social Media Marketing, E-WOM, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skincare Alzena Di Kabupaten Pati. *Jurnal Manajemen, 8(2), 122–136.* <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Journal of Management, 4(2), 254–272.* <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya) Krido Eko Cahyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 10 No. 1, 1–2.*
- Wandi, S., & Abaharis, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Merek Avanza Di Kota Padang. *OSF Preprints, 1–12.*
- Wijaya, R., & Nugroho, A. J. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas dan Merek Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah, 1(11), 2953–2962.*