

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2558>
- Akbar, N. F., & Nurcholis, D. L. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Furniture Di Rangga Jaya Mebel Jepara). *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*, 972–994. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimue/article/view/10558>
- Alicia, M. P., & Wulandari, A. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Prosiding SEMANIS : Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 2(1), 199–206. <https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i2.487>
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (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. <https://doi.org/10.14710/Genres.V2i1.12271>
- Andini, Z., & Shiratina, A. (2024). Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang. *MANIS : Jurnal Manajemen & Sains*, 8(1), 45–53.
- Anisafirli, R., & Lusia, A. (2023). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Di Seira Skincare. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1322–1337. <https://doi.org/10.55681/Sentri.V2i4.750>
- Annisa, T. N., Saskia, & Sunaryo. (2022). Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Unhar Pelanggan Shopee). *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 2(3), 185–197. <https://doi.org/10.47065/Jamek.V2i3.323>
- Arianto, N., & Aroha, S. (2023). Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Daphubu Kampung Aceh Di Pamulang Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (JISM)*, 3(2), 270–284. [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/JISM](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/JISM)
- Arkana, P. T., & Isa, M. (2024). Dampak Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsekuensinya Pada Pembelian Ulang (Analisis Kasus Pada Konsumen Sepatu Ventella Di Surakarta). *Innovative*, 4(1), 8202–8213.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Bella, Mardiana, S., & Pitasari, D. N. (2023). Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Commline*, 08(02), 124–132.
- Budi, A. D. A. S., Septiana, L., & Mahendra, B. E. P. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/Jmws.V3i01.878>
- Chandradewi, P., & Saefudin, N. (2024). Pengaruh Content Marketing , Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Widyatama). *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN SISTEM INFORMASI (JEMSI)*, 5(6), 888–900.
- Fadillah, M. N., & Ludiya, E. (2024). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Mie Kasuka Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Edunomika*, 8(3), 1–15.
- Faizah, E. N., Hakim, A. L., & Rosiawan, R. W. (2023). Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pada Toko Zee Thrift Lamongan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(2), 570–580. <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V16i02.1029>
- Farhanan, A., & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Herbal Beauty Di Kabupaten

- Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123.
<https://doi.org/10.54622/Academia.V3i2.60>
- Fathulloh, H., Prabowo, H., & Setiawati, I. (2025). Apakah Kepuasan Pelanggan Dapat Memediasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Di Kayo Coffe And Eatery?? *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 4(8), 5401–5410.
- Fauziah, Y., Sumantyo, F. D. S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64.
<https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.118>
- Febyana, S. D., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. 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>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Kesehatan Pada E-Marketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572.
<https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V4i4.205>
- Haryono, S., & Wardoyo, P. (2012). Structural Equation. In *PT. Intermedia Personalita Utama*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.Wbiecs108>
- Indrawati, F., Julianto, D. E., & Handini, Y. D. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Kabupaten Jember). *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 11(1), 75–85.
<https://doi.org/10.19184/Jsib.V11i1.39562>
- Innukertarajasa, I. M., & Hayuningtias, K. A. (2023). The Effect Of Trust, Consumer Attitude, And Online Consumer Review On Purchase Decisions In

- E-Commerce Shopee (Case Study On College Students In Semarang). *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7881–7889. [Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej)
- Irawan, R. D., & Nurlinda, R. A. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 01–25. [Https://Doi.Org/10.54066/Jmbe-Itb.V1i4.660](https://doi.org/10.54066/Jmbe-Itb.V1i4.660)
- Istiqomah, A., Sudarwati, & Sarsono. (2025). Peran Kepercayaan Konsumen Dalam Memediasi Electronic Word Of Mouth, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Pada Generasi Z Di Surakarta). *DIMENSI*, 14(1), 10–21. [Https://Doi.Org/10.33373/Dms.V14i1.7271](https://doi.org/10.33373/Dms.V14i1.7271)
- Istiqomah, L., & Usman, U. (2021). Pengaruh Online Customer Review , Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Terhadap Mahasiswa Pengguna Platform Pasar Online). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 76–88. [Https://Doi.Org/10.55606/Jaem.V1i1.163](https://doi.org/10.55606/Jaem.V1i1.163)
- Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS Dan Structural Equation Modeling (SEM). In *UPT Unhas Press*.
- Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (JISM)*, 3(2), 374–387. [Https://Doi.Org/10.32493/Jism.V3i2.31438](https://doi.org/10.32493/Jism.V3i2.31438)
- Maftukhah, M., & Wahyuning, D. R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever (Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy Dari Brand Unilever Di Indonesia). *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 67–79. [Https://Doi.Org/10.59603/Ebisman.V2i3.510](https://doi.org/10.59603/Ebisman.V2i3.510)
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoko, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. [Https://Doi.Org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134](https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134)
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjo, F. (2022). Model Keputusan Pembelian Dan

- Pembelian Ulang: Analisis Promosi Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmu Multidisplin (JIM)*, 1(3), 571–586. <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i3.66>
- Megawati, N., Karnawati, T. A., & Fathorrahman. (2023). Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM). *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM)*, 1(1), 55–66. <https://doi.org/10.32815/Jiram.V1i1.6>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management And Accounting Expose*, 106–118. <https://doi.org/10.36441/Mae.V5i1.599>
- Moumtaza, F. Z., & Aliyanti, F. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim. *AJIE - Asian Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 07(01), 14–22. <https://doi.org/10.20885/Ajie.Vol7.Iss1.Art3>
- Muliawan, E. N., & Waluyo, M. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Sepatu Converse (Studi Pada Konsumen Sepatu Converse Di Surabaya). *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 02(05), 38–49.
- Naja, S. S., & Budiarti, E. (2024). Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image, Brand Trust, Dan E-Wom Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Avoskin (Studi Pada Pengguna Skincare Avoskin Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 6093–6104.
- Nopridawati, Suhud, U., & Usman, O. (2024). The Influence Of Content Marketing, Viral Marketing And Influencers On Repurchase Intention And Customer Satisfaction: (Case Study On Monsieur Spoon Bakery). *International Journal Of Educational And Life Sciences*, 2(7), 711–722. <https://doi.org/10.59890/Ijels.V2i7.2142>
- Norikun, B., & Sudarsono. (2024). Dampak Gerakan Boikot Produk Negara Pro-Israel Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rumah Tangga Selama Perang Isrel – Palestina (Studi Kasus Di Kabupaten Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 12(2), 177–198.
- Nurudin. (2023). The Influence Of Islamic Branding And Online Cunsomer Review On Purchase Decisions For Rabbani Hijab Products. *Jurnal Ilmiah Bisnis*,

- Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 19–31.
<https://doi.org/10.35473/jibaku.v3i1.1902>
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kesadaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1). <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.3793>
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN (JIMT)*, 3(5), 469–478.
<https://dinastirev.org/JEMSI/Article/View/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/Article/Download/988/622>
- Poetri, F. W., Mahardini, S., & Hidayat, M. (2025). Pengaruh Affiliate Marketing, Influencer Marketing, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Make Over. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 11–20.
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v8i1.4274>
- Pradnyasari, P. D., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Influencer Marketing, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Kosmetik Y.O.U. Di Kota Denpasar. *Values*, 5(2), 381–390.
- Prasetya, A. Y., Astono, A. D., & Ristianawati, Y. (2021). Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media Dan Online Advertising Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora). *Prosiding Seminar UNIMUS*, 4, 355–365.
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Putri, A. D. S., Zawawi, A., & Zaini, A. A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.11423>
- Rahmandika, M. D., & Rohman, F. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan

- Pelanggan Secara Daring, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 1–12.
- Rahmawati, K. N., & Sukaris. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Customer Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Beli Ulang. *Jurnal Ekobistek*, 13(4), 205–211. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.V13i4.856>
- Rahmayanti, N. P., Karsudjono, A. J., & Hidayatullah, I. (2024). Spss Training Validity Tests And Reliability Tests For Primary Data. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 21–26.
- Ridhahani. (2020). Metodologi Penelitian Dasar. In *Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari*.
- Rinjani, E., Rahman, M. Z., & Setianingsih, W. (2022). Pengaruh Keluhan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart Baregbeg Wilayah Mekarjaya Pulomaju). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 4(4), 64–77.
- Sadevia, N. N., Artika, I. B. E., & Satriawan. (2023). *Pengaruh Digital Marketing , Brand Image Dan Influencer Marketing Pada Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Di Shopee*. 1(2), 51–59.
- Sahbiah, S., Fanggidae, A. H. J., Dhae, Y. K. I. D., & Foenay, C. C. (2024). Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Café Kopi Kembo The Influence Of Influencers And Content Marketing On Product. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*.
- Sahra, J. F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Siaran Langsung Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang Pada PT XYZ (Literature Review). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6(2), 160–167.
- Saputra, R., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Susu Bear Brand Di Kota Malang. *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 261–269. <https://doi.org/10.34308/Eqien.V9i2.407>
- Sasono, H., & Siata, Z. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 1(1), 01–17.

<https://doi.org/10.55606/Jekombis.V1i1.455>

- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). The Effect Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Of Scarlett Whitening Products On Students Of The Faculty Of Economics And Business Sam Ratulangi Manado University. *Jurnal Emba*, 10(4), 320–330.
- Setyaningtyas, Y. W., Wijayanto, W., & Uripi, C. R. (2024). Seminar Nasional LPPM UMMAT Pengaruh Iklan, Sistem COD, Promo Gratis Ongkir, Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto). *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 131–144.
- Shalihah, N. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing, Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok. *ADIJAYA : Jurnal Multidisiplin*, 02(04), 794–805. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Sidauruk, I. Y., Aqmala, E. D., Haziroh, A. L., & Ulfa, A. K. (2024). Peran Kualitas Produk, Harga, Influencer Marketing Dan Online Consumer Review Terhadap keputusan pembelian Skincare Skintific. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 10523–10534. <https://doi.org/10.31004/jrpp.V7i3.31102>
- Subakti, A., Yahya, A., & Kustiwan, S. (2024). The Influence Of Brand Image And Online Customer Review On Purchasing Decisions In Tokopedia E-Commerce In Bekasi Regency With Buying Interest As A Mediating Variable. *Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*, 5(5), 1282–1291. <https://doi.org/10.38035/dijemss.V5i5.2771>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sudjanarti, D., Khabibah, U., Wardani, T. I., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review And Rating, Eservice Quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 17(2), 76–90. <https://doi.org/10.33795/adbis.V17i2.4746>

- Suharto, F. L. (2018). *Analisis SEM Teori Dan Praktik*.
- Susanti, N., & Rohima, D. (2023). Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen). *Ilmiah Swara Manajemen (JISM)*, 3(2), 333–342. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.30826>
- Thei, J. S., Kurniasandy, A. R., Lay, R. A., & Lopes Amaral, M. A. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Dan Website Design Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zalora. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 262–270. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13586>
- Violita, D. R., Djatola, H. R., & Nurhadi, N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett Di Kota Palu The Influence Of Product Innovation And Brand Image On Purchasing Decisions For Scarlett Skincare Products In Palu City. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(2), 861–866. <https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.654>
- Waluyo, M. (2016). Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM). *UPN Jatim Repository*.
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2020). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling. In *Literasi Nusantara*.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya : Jurnal Ekonomi & Syariah*, 5(2), 1148–1160. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>
- Wibowo, T. M., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS GLOW FOR MEN. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(12). <https://doi.org/10.62281/v2i12.1416>
- Widyastuti, S. R. (2022). Pengembangan Skala Likert Untuk Mengukur Sikap Terhadap Penerapan Penilaian Autentik Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jendela ASWAJA*, 3(02), 57–76. <https://doi.org/10.52188/ja.v3i02.393>
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan Smartpls 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–50.
- Ziaraharja, N. R., & Kurniawan, A. (2020). Aplikasi Penjualan E-Voucher Dengan Fitur Time Limit Menggunakan Framework Laravel. *Jurnal Manajemen Informatika*, 11(01), 1–10. <https://laravel.com/docs/4.2/introduction>

Zulkarnain, M. (2021). Kualitas Produk, Servicescape Dan Word Of Mouth Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 3(1), 38–44.
<https://doi.org/10.35899/Biej.V3i1.198>