

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Amrullah., Wicaksono, H., Chairani, A., Sakti, J. (2025). Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Pelanggan di Rumah Makan 2 Tak Ampera Cabang Veteran, Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. 30(2). 164-178
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/>
- Arifin, H., Hinelu, R., Bahsoan, A., Hafid, R & Sudirman. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Gorontalo. *Journal Of Economic And Business Education*. 1(2).
- Aisah, Mulyadi, D., & Sungkono. (2024). Analisis Faktor - Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Apartemen Grand Sentraland Karawang Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 408–414.
- Amalia, R. N., Dianingati, R., & 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.
- Amelia, B & Collin, F. (2026). Pengaruh Price Fairness Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust denga Eco-Friendly Packaging Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*

(MSEJ). 7(3).

- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Anggraini, M., Anggraeni, E., & Nurhayati. (2024). Pengaruh Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pelaku Usaha Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Dalam Persepektif Bisnis Syariah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 160–174. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i3.3196>
- Asri, H. R., Setyarini, E., Gisijanto, H. A., & Hartanti, N. D. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1283>
- Atmaja, I., & Teofilus. (2023). Pengaruh Information Transparency Terhadap Purchase Intention Yang Dimoderasi Oleh Regulatory Focus. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 18(2), 109–125.
- Atmajayanti, A. B., Wulandari, D. S., & Pitoyo, B. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek , Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Make Over Di Kota Bekasi Dewi Sri Wulandari Bayu Seno Pitoyo. *Jurnal iset Manajemen dn Ekonomi*, 2(2), 339–351.
- Aulia, K. R., Prastyani, D., Meria, L., & Prasetyo, W. B. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(3), 3695–3712. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1771>

- Aybek, E. C & Toraman, C. (2022). How many response categories are sufficient. for Likert type scales? An empirical study based on the Item Response Theory. *International Journal of Assessment Tools in Education*. 9(2). 534-547.
- Ayu, A., Dimas, A., Pratama, E., & Yahya, I. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Mixue Di Surabaya. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 27–31.
- Azizah, I., Susilowati, S., Putri, A., Fitriyani, E., Hasanah, A., Mala, W., & Pambudi, R. (2023). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yang Pernah Makan di Warung Geprek Twoman)*. June.
- Cantika, S. P., Rifqi, M., & Umam, K. (2024). Keputusan Pembelian Ulang Thrift Shop Di Surakarta Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen *the Influence of Consumer Trust on Repurchase Decisions At Thrift Shop in Surakarta With Consumen*. 13(1), 1–14.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal Of Management*, 12, 1–13.
- Defrijon, Matra, E., Lazuardi, M. R., Kurniadi, Y., Yardi, L., & Julhadi. (2025). Reliabilitas alat ukur, jenis-jenis dan faktor- faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 9(1), 78.
- Dewi, F. L. F., & Fauziyyah, A. (2023). Karakteristik Mutu Kimia Dan Fisik Minyak Goreng Hasil Penggorengan Berulang Produk Hati Ayam. *Jurnal Teknologi Pangan dan Kesehatan (The Journal of Food Technology and Health)*, 5(2), 80–85. <https://doi.org/10.36441/jtepakes.v5i2.2713>

- Fadhillah, A., Febrian, M., Prakoso, M., Rahmaniah, M., Prakoso, M., Putri, S., Nurlaela, R., & Nurlaela, R. S. (2024). Sistem Pengambilan Contoh dalam Metode Penelitian. *Karimah Tauhid*, 3(6), 7228–7237. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i6.14047>
- Faujiah, R., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2023). The Effect Of Price Perception, Location And Facility Perceptions On Purchasing Decisions (Survey On Consumers Of Mitra Mart Minimarkets). *Journal of Indonesian Management*, 3(1), 37–48. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i1.1143>
- Fikrianti, N., Khasanah, T. A., Gizi, P. S., & Binawan, U. (2024). 10.36086/Jgk.V3I2. *jurnal gizi dan kesehatan(JGK)*, 4(1), 1–8.
- Fitri, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 247–256. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1780>
- Hadiantini, R., Sarifiyono, A., & Maharani, H. (2023). Meningkatkan Kepuasan Konsumen melalui Consumer Taste Perception terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada UMKM Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Enterpreneurship*, 13(1).
- Handoyo, S. (2024). Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-WOM in e-commerce. *Heliyon*. 10.
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 175–183. <https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37268>

- Harsono, S., & Imran, B. (2025). *Pendekatan Structural Equation Modeling Untuk penelitian Kuantitatif: Teori, Metodologi dan Aplikasi* (N. Wahyuni (ed.)). WIDINA MEDIA UTAMA.
- Haryono, S. (2016). *METODE SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS* (Latmono (ed.)). PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1.6>
- Hong, H., Vispoel, W., & Martinez, A. (2024). Applying SEM, Exploratory SEM, and Bayesian SEM to Personality Assessments. *Psych*, 6(1), 111–134. <https://doi.org/10.3390/psych6010007>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data Penelitian. In *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan Spss 29.0 & Smart-Pls 4.0* (Nomor July). <https://www.researchgate.net/publication/382116262>
- Ismi, R., & Abdilla, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 428–441.
- Janah, Y. K., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Green Marketing terhadap Pembelian Ulang pada Produk Brand Avoskin (Studi Pada Konsumen Di Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 22(1), 85.
- Judijanto, L., Hildawati, Mahmuddin, & Tahapary, G. (2024). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Niat Beli

- Ulang di E-Commerce C2C Indonesia. *Sensakara Manajemen dan Binis*, 2(1), 33–47.
- Junaidi. (2021). Aplikasi AMOS Dan *Structural Equation Modeling* (SEM). In *UPT Unhas Press*.
- Juniarsih, T., Wicaksono, S & Putra, A. (2025). Influence Of Price, Product Quality and Brand Image Towards Oil Customer Loyalty Fried Palmanco In Medan City In East Medan District. *Journal of Management Analytical and Solution (JoMAS)*. 5(3). 114-130.
- Karjo, C. H. (2024). Optimizing Brands' Message through Utilization of Speech Acts in Company Slogan. *Journal of Advanced Management Science*, 12(3), 109–114. <https://doi.org/10.18178/joams.12.3.109-114>
- Khairunnisa, S. A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 14(11)
- Kholidah, A. N., Widiastuti, C & Nastiti, P. (2025). Kepercayaan Pelanggan Memediasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. 22(3). 356-373.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A., Hanika, I., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Merung, Y., Nufus, H., & Nurhayati. (2020). Manajemen Pemasaran: Perspektif Asia. In U. Saripudin & E. Jaelani (Ed.), *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* (Vol. 53, Nomor 9). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)

- Laga, M. L., Kurniawati, M., Fanggidae, R. E., & Fanggidae, A. H. J. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Rumah Makan Geprek Benu Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(1), 217–229. <https://doi.org/10.70581/glory.v6i1.16871>
- Leonardo, J., Ginting, N., Laidy, J., Dustin, M., Tannia, A., & Firmansyah, F. (2023). Analisis Pentingnya Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1438–1445. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6561>
- Liang, S. Z., Xu, J. L & Huang, E. (2024). Comprehensive Analysis of the Effect of Social Influence and Brand Image on Purchase Intention. *SAGE Open*. 1-13.
- Luca, M. M., Buzatu, R., & Bumbu, B. A. (2024). Evaluating the Protective Role of Vitamin A Supplementation in Periodontal Health: A Comprehensive Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Clinical Medicine*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/jcm13164775>
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M., Raflina, R., Adnan, Y., Abdurohim, Adha, S., Fajar, F., Pujilestari, S., Mulyana, K., & Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)* (Fachrurazi). CV. Eureka Media Aksara.
- Mariana, P., Ruslan, M., & Setiawan, L. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Brand Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Produk Mizzu. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(2), 351–359. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i2.4439>

- Marbun, M., Ali, H & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*. 3(2).
- Marisca, R., Kusumaningtyas, D., & Ayu Paramitha, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Umkm “Baksokuy.Id” Di Kabupaten Tulungagung. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 192–202. <https://doi.org/10.29407/030nhe12>
- Marpaung, R. O., Sigalingging, S., Hutasoit, A. H., & Tarigan, P. S. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Gapyeong Korean BBQ Setia Budi Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 10(1), 69–83. <https://doi.org/10.46880/methonomi.vol10no1.pp69-83>
- Maulana, R., Hadita, H., Nyoman Sawitri, N., & Efendi Silalahi, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(2), 158–173. <https://doi.org/10.38035/jsmd.v2i2.206>
- Mawaddah, M., Rahayu, D., Rahmasari, S., & Dutahatmaja, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Berulang: Produk, Harga, Promosi, Dan Layanan: Literature Review Perilaku Konsumen. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3 SE-Articles), 115–127.
- Meliawati, T., Gerald, S. C & Aruman, A. E. (2023). The Effect of Social Media

- Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal Of Consumer Sciences*. 8(1). 77-92.
- Muadz & Rahayu, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Di Kota Depok, Jawa Barat). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. 3(6). 9674-9686
- Napitupulu, R. B. (2023). Brand Image Antecedents to Enhance Consumer Trust. *DIJMS: Dinasti International Journal Of Management Science*. 4(6). 2686-5211
- Nahliza, N., Fauzi, M., & Shafriani, K. A. (2024). Analisis Preferensi Konsumen pada Produk Minyak Goreng Kemasan di Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 8(3), 477. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v8i3.13591>
- Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12673>
- Ningrum, R. A., Nikmah, U. R., & Rahayu, S. Y. (2025). Manajemen pemasaran: Pengaruh faktor perilaku konsumen dan organisasi terhadap keputusan pembelian pada smartphone xiaomi. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN*, 3, 670–680. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan. *eCo-Buss*, 6(1), 66–78.

- Nur, A., Gunawan, F., Cecilia, Nicolla, S., & Harianto, V. (2025). Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual Di Perusahaan Dagang. *Anc*, 01(03), 223–234.
- Pambela, S., & Waluyo, M. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang Smartphone Xiaomi*. 2(4), 198–211.
- Pamungkas, A. T., Nuwildani, M. F., Siswiyanti, & Lutfianto, S. (2025). *Structural Equation Modelling (SEM) dengan Amos*. 67.
- Pane, S. G., Santika, I., Nasution, M. M., & Balqis, P. (2022). *Analisis Komprehensif Dinamika Harga, Kebijakan, Dan Rantai Pasok Minyak Goreng Di Indonesia: Studi Kasus Fenomena Kelangkaan Dan Panic Buying Di Medan Denai*. 14–18.
- Prabowo, K., & Kinasih, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 2(1), 6–19. <https://ebfelepma.ums.ac.id/2023>
- Putra, A., Hapzi, A., & Nursal, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Ulang Umkm Pecel Lele Yopi Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 1223.
- Putra, D., & Triwardhani, D. (2023). The Influencer Of Trust , Security And Service Quality On Customer Sarisdaction O
- Putri, A. M & Astuti, s. R. T. (2024). Pengaruh Brand Image, Perceived Quality, Dan Perceived Price Terhadap Purchase Intention Serta Dampaknya Pada

- Purchase Decision (Studi pada Konsumen Kopi Bubuk Banaran). Diponegoro Journal Of Management. 13930
- Rachim, F. A., Yantih, N., & Masri, I. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen yang Berdampak Pada Loyalitas (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan X di Cikarang). *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3805–3822. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11361>
- Rachman, M., Waluyo, M., & Hidayat, R. (2025). *Buku Panduan Structural Equation Modeling*. <https://doi.org/10.5040/9781399415606.0047>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares *Structural Equation Model* (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Rahardjo, P., Manaf, Y., & Ambarita, N. (2021)nyak goreng untuk pengolahan pangan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., January, 5–24.
- Rahayu, S., & Harsono, M. (2023). Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi. *Jesyta: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1571–1580. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v6i2.1169>
- Rahmwati, E., Badlowi, I., & Dwihandako, T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bantal Moker. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 230–242. <https://doi.org/10.61132/rimba.v1i3.114>
- Rapingah, S., Sugiarto, M., Sabir, M., Haryanto, T., Nurmalasari, N., Gffar, M. I & Alfalisyanto. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV. Feniks Muda Sejahtera

- Ratnasari, R., Hermawan, A & Winarno, A. (2023). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image and Service Quality on Purchase Decision in Tokopedia with Consumer Trust as Intervening Variables. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research (JABTER)*. 2(6). 619-637.
- Ratnasih, C., Lusia, V., & Oktaviani, M. (2023). Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Loyalitas Konsumen E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 11(1), 36–53.
- Rinata, Y. A. C., Mawasti, A., & Koesworo, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Mie Gacoan Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen : JUMMA*, 13(1), 13–24.  
<https://doi.org/10.33508/jumma.v13i1.5733>
- Samudra, M. W., Widayat, W., & Juanda, A. (2024). Exploring the impact of brand image and perceived *value* on purchasing decisions through buyer interest. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 27(2), 125–152.  
<https://doi.org/10.24914/jeb.v27i2.11842>
- Sanjaya, B. F., Purnamasari, P., Damanik, R. P. A., & Sambudi, Y. D. (2025). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Pembelian Implusif Sebagai Variable Intervening. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 2(04), 154–164. <https://doi.org/10.59422/lbm.v2i04.644>
- Sanny, A., Kinanti, P. H., & Sitohang, Elsa Krismauli Aditiya, M. R. (2025). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora ( AJSH ) Peran Media Sosial dalam Usaha Membangun Citra Merek dan Penjualan. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*

(*AJSH*), 5(2), 1035–1042.

Sari, D. P & Belgiawan, P. F. (2024). The Effect of Marketing Mix on Purchase Intention in the Home Appliance Industry in West Java. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. 12(2). 2017-2026.

Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Emba*, 10(4), 320–330.

Siregar, Z., Perlaungan, A., Supriadi, Y., Ende, & Pristiyono. (2023). *Structural Equation Modeling Konsep Dan Implementasinya Pada Kajian Ilmu Manajemen Dengan Menggunakan AMOS* (Nomor November).  
file:///C:/Users/User/Downloads/StructuralEquationModeling\_v.3.0\_B5\_Full  
finalpublishdaripenerbit.pdf

Sitorus, A. (2022). Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Atanmiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44.  
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Sitorus, S., Romli, N., Tingga, C., Sukanteri, N., Putri, S., Gheta, A., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendyyani, E., Susanto, P., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Image Dan Brand Awareness. In A. Sudirman (Ed.), *Brand Marketing: the Art of Branding* (Nomor January). CV. Media Sains Indonesia.

Sitorus, K & Siregar, Z. (2025). Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk The Originote di Shopee Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed. *Jurnal Arastirma Universitas Pamulang*. 591). 84-95

- Sofyansyah, M. I. (2025). Pengaruh Citra Merek Dan Brand Ambassador Melalui Pembelian Kembali Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Erigoapparel. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(2), 1–22.
- Sriyanto & Putra, S. S. (2024). The Influence of Digital Marketing, e-Trust and e-Service Quality to Repeat Purchase Decision on PT Freshnel Kreasindo Perkasa of Satisfaction as Mediation Variable. *IDEAS: Initiatives for Sustainable Future Development in Economy*. (1). 331-348
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel; Pendekatan Methodology Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sun, K & Moon, J. (2025). *Structural Relationship Between Beef Food Quality, Trust, and Revisit Intention: The Moderating Role of Price Fairness Based on Heuristics Effect*. *Nutrients MDPI*. 17. 1-19.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2022). *Strategi Pemasaran* (A. Afwa (ed.)). UIR Press.
- Susianti, O., & Srifariyanti. (2024). Perumusan Variabel Dan Indikator Dalam Penelitian Kuantitatif Kependidikan. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 9(1), 18.
- Sutrisna, E., Wahyu, D., & Lazuardi, B. (2024). *Manajemen Pemasaran* (B. Lazuardi (ed.)). Indonesia Emas Group.
- Syuhada, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kedai Kopi Mirink. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 11(4), 337. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v11i4.11852>
- Tanuwijaya, C. K., Ellitan, L & Lukito, R. (2023). The Effect of Online Customer Reviews on Purchase Intention with Customer Trust as a Variable in Purchase

- Decision on Sociolla Consumers. *Journal of Entrepreneurship & Business*. 4(3).
- Tonda, F., & Asif Khan, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 305–318. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.213>
- Ubaidillah, W., & Suyono. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Competence : Journal of Management Studies*, 17(1), 1–23.
- Ulfah, A., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Desain Instrumen Evaluasi Yang Valid Dan Reliabel Dalam Pendidikan Islam Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 8(12).
- Verdam, M. G. E. (2024). Power analyses for *measurement model* misspecification and response shift detection with *structural equation modeling*. *Quality of Life Research*, 33(5), 1241–1256. <https://doi.org/10.1007/s11136-024-03605-3>
- Waluyo, M., & Rachman, M. (2024). Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi *Structural Equation Modeling* (Edisi Revisi 2). In I. Putri (Ed.), *PT. Literasi Nusantara Abadi Grup*. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1909>
- Wardhana, A. (2024). Branding: Brand Management In The Digital Era. In M. Pradana (Ed.), *New Scientist* (Nomor 2229). CV. Eureka Media Aksara. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.280>
- Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior in The Digital Era 4.0* (M. Pradana (ed.); Nomor August). CV. Eureka Media Aksara.

- Wardhana, A. (2024). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Nomor August).
- Wiranda, S. T & Waluyo, M. (2025). The Effect Of Marketing Mix (4p) ON Perceived *Value*, Trust, Purchase, And Repurchase Decisions Using Sem Tools. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*. 8(2). 4939-4950.
- Xiong, Z., Liu, L., Jian, Z., Ma, Y., Li, H., Jin, X., Liao, B., & Wang, K. (2023). Vitamin E and Multiple Health Outcomes: An Umbrella Review of Meta-Analyses. *Nutrients*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/nu15153301>
- Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Kitaro Pada Agen Kitaro Toko Arra Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 191–198. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3000>
- Zahid, F & Ruswati, E. (2024). Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Purchase Intention And Customer Purchase Decisions For Skinceuticals Users. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 12(1). 229-244.
- Zararosa, G. A., & Khasanah, I. (2023). *Peran Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Persepsi*. 20(2), 59–72.
- Zed, E. Z., Rohilawati, A. M., Pane, A. A., Febrian, F. M., & Tasya, A. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sarung Tangan Di Pt Bona Gloves. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, 1(3), 66–78.
- Zuhdi, D. A., Wichitra & Dwinarko. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan

Pengalaman Pembelian Online Terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee.  
Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. 7(2). 261-277.

Zuliyama, Rahmanpiu, & Mulyana, W. O. (2023). Deskripsi Kualitas Minyak Goreng Hasil Pemanasan. *Sains: Jurnal Kimia dan Pendidikan Kimia*, 12(1), 57–63. <https://doi.org/10.36709/sains.v12i1.34>