

DAFTAR PUSTAKA

- [1] novi yulia Budiarti, “PENGARUH BRAND IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION,” *Sustain.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–9, 2020, [Online]. Available: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- [2] P. Pratiwi, A. Muhtadi, and E. Surahman, “Influence Service Quality and Customer Satisfaction towards Drug Purchase Intention in Anggrek Outpatient Pharmacy Depo at Hasan Sadikin Hospital,” *Indones. J. Clin. Pharm.*, vol. 5, no. 1, pp. 47–55, 2016, doi: 10.15416/ijcp.2015.6.1.47.
- [3] Y. Oscar and K. Keni, “Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *J. Muara Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 20, 2019, doi: 10.24912/jmie.v3i1.3300.
- [4] J. Aryandi and Onsardi, “Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *J. Ilmu Ris. Manaj.*, vol. 1, no. 8, pp. 1–21, 2020.
- [5] P. K. A. S. & N. N. A. A. V. S. Ni Komang Sumiati, “Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Jasa Pengiriman Jalur Darat Pada PT . Bali Semesta Agung Express di Denpasar,” *J. Widya Amrita*, vol. 1, no. 2, pp. 443–456, 2021.
- [6] N. K. Deni Istiono, “Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli,” *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, vol. 3, 2014.
- [7] A. S. Lubis and N. R. Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam,” *J. Appl. Bus. Adm.*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, 2018, doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- [8] M. Solichin, Rasyidi, and S. Halimatusa’diah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh,” *J. Bisnis Dan Pembang.*, vol. 8, no. Vol 8, No 2 (2019): JULI 2019, pp. 38–47, 2019.
- [9] P. Rahmawaty, “Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti,” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 11, no. 2, pp. 82–89, 2014, doi: 10.21831/jim.v11i2.11788.
- [10] Rahmi Meutia and Ivan Aulia, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pusat Jajanan Kota Langsa,” *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 8, no. 3, pp. 366–376, 2020, doi: 10.33059/jmk.v8i3.2375.
- [11] Anna Fitria and I. Hidayat, “Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas

Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 6, no. 4, pp. 1–17, 2017.

- [12] S. M. Chandra and M. V. J. Tielung, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena,” *J. EMBA*, vol. 3, no. 3, pp. 959–970, 2015, doi: 2303-11.
- [13] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [14] S. G. A’yuni and D. Chusumastuti, “Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat The Effect of User Interface of Shopee Application to People ’ s Buying Interest,” *J. Ilm. Manaj. Inf. dan Komun. Manaj. Inf. dan Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 49–58, 2021.
- [15] A. R. Putri, “Pengaruh E-Commerce, Sosial Media, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Belanja Shopee,” *J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 13, no. 2, pp. 20–33, 2022, [Online]. Available: <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/22130/12409>
- [16] B. Nurcahyo and R. Riskayanto, “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion,” *J. Nusant. Apl. Manaj. Bisnis*, vol. 3, no. 1, p. 14, 2018, doi: 10.29407/nusamba.v3i1.12026.
- [17] K. Meidiawati and T. Mildawati, “Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 1–16, 2016.