

DAFTAR RUJUKAN

- Bhirawa, S. W. S., & Maharani, D. P. (2022). Analisis Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi GO-JEK. *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 825–834. <https://doi.org/10.29407/htrs7186>
- Cicillia, V. C., & Handoyo, S. E. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Online Fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 07(03), 1075–1083. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34712>
- Ema Nurzainul Hakimah, Hakimah, E. N., & Bhirawa, S. W. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tenun Mulya. *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 346–352. <https://doi.org/10.29407/krvaeh66>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustini, Azuwandri, & Akmal, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Aneka Usaha Percetakan Area Printing. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 2(2), 87–96. <https://doi.org/10.56135/jabnus.v2i2.125>
- Hijriani, D., Zahrah, H., & Sasangka, I. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Konveksi Dthreee di Kota Bandung. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 2701–2712. <https://doi.org/10.63822/7z0pzx36>
- Linminardi, R., Zahara, A. E., & Putri, N. S. (2023). Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(3), 225–238. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i3.232>
- Kemalasari, P., & Widyasari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Jiniso di Marketplace Shopee). *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 32(2), 133–145. <https://doi.org/10.32477/jkb.v32i2.944>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Mahendra, I. K. A., Pertama, I. G. A. W., & Idawati, I. A. A. (2022). Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Lagas Jaya Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 4(2), 103–111. <https://doi.org/10.22225/wmbj.4.2.2022.103-111>
- Nurbaiti, D., & Afriana, I. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Stiami Kota Bekasi Angkatan 2019). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 20–26. <https://doi.org/10.31334/jambis.v4i1.3816>
- Putri, H. J., & Suprajang, S. E. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Saluran Distribusi

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ud. Sr Handicraft Blitar). *Ris : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 2722–3108. <https://doi.org/10.30737/risk.v3i2.3952>
- Rafi, A. A., & Hadi, R. K. (2026). Pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt arvata indra jaya parung kabupaten bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Binis dan Akuntansi*, 3(2), 475–491. <https://doi.org/10.61722/jemba.v3i2.2222>
- Ramadhani, F. B., Untari, D. T., & Andrian. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di shanii konveksi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 01–16. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3465>
- Saputra, A. D., Jusuf, H. F., & Hidayah, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Cv. Pesona Jember ID. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Business, dan Akuntansi*, 2(2), 32–42. <https://doi.org/10.31967/riemba.v2i2.1152>
- Sopiani, S., Larashati, I., Juhana, D., & Manik, E. (2022). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Produk Fashion Pada Salah Satu Department Store Di Kota Cimahi). *Bisnis dan Iptek*, 15(1), 15–28. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.245>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyitno, Wahyuningsih, Y., & Ningtiyas, P. W. (2023). Analisis strategi customer bonding untuk membangun loyalitas pelanggan pada labella hijab store lamongan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 339–360. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.18518>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa Stit Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56. <https://jurnal.stitalaziziyah.ac.id/index.php/al-musthafa>
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2026). Integrating business sustainability into fiscal behavior: evidence from MSMEs tax compliance in Kediri City. *Frontiers in Sustainability*, 7(May), 1–12. <https://doi.org/10.3389/frsus.2026.1820957>
- Wibowo, E. A., Resawati, R., Dwiyana, A., & Megawati, V. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Salah Satu Usaha Konveksi Di Kabupaten Bandung). *Bisnis dan Iptek*, 15(2), 144–155. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.245>
- Widayanti, R., Muslih, B., & Artikel, I. (2023). Analisis Kepercayaan, Brand Image, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kai Access (Studi Pada Mahasiswa Di Kediri). *Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2, 584–593. <https://doi.org/10.29407/7kne2315>
- Yulliyanie, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh kualitas produk, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pt bingas manufacturing. *eCo-Buss*, 4(3), 505–515. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.283>