

DAFTAR PUSTAKA

- Akter, T., Uddin, M. S., Rahman, R., Uddin, M. S., Islam, M. R., Faisal-E-Alam, M., & Rahman, M. M. (2024). *The Moderating Effect of System Quality on the Relationship Between Customer Satisfaction and Purchase Intention: PLS-SEM & fsQCA Approaches*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100381>
- Asy'ari, A., & Karsudjono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Price Fairness, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Merek Samsung di Banjarmasin. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(1).
- Azam, F., Widodo, A., Silvianita, A., & Rubiyanti, N. (2024). *The Service Quality and Brand Trust Toward Purchase Decisions the Mediating Role of Customer Satisfaction : A Conceptual Paper*. *International Journal of Integrative Sciences*.
- Azhari, R., & Fachry, M. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang di Ramayana Mall, Karawang.
- Dahmiri, Indrawijaya, S., Patricia, R. S., & Yasmin, A. (2018). *Batik Jambi Promotion Based on Social Media in Asean Economics Community*. In *Emerald Reach Proceedings Series*.
- Edyansyah, T. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Merek oleh Konsumen pada Produk Kosmetik Oriflame di Kota Lhokseumawe.
- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur).
- Erina, R., Agustin Nengsih, T., & Ismail, M. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Hamas di Kota Jambi.
- Farida, D., Wardhana, A., Kumalasari, A., Wijaksana, T., & Pradana, M. (2021). *The Influence of Service Quality and Consumer Trust on Consumer Loyalty of Sociolla*.
- Gunawan, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Pelanggan pada Restoran Sederhana di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*.
- Hadiyat, N. N., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Provider BY.U di Kota Bandung.
- Hanaysha, J. (2022). *Impact of Social Media Marketing Features on Sonsumer's Purchase Decision in the Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator*. *International Journal of Information Management Data Insights*.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *Journal Ekombis Review*
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian*. CV. Eureka media Aksara.
- Islami, R., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). *The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram)*.
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis (Monalisa, Ed.). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Khoirudin, I., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di DIY. *Journal Competency of Business*.
- Mas'ari, A., Hamdy, M., & Safira, M. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada Pt. Haluan Riau. In *Jurnal Teknik Industri* (Vol. 5, Issue 2).
- Maulana, M. M., & Diem, C. Z. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Mohaidin, Z., & Rubiyanti, N. (2022). *Halal Cosmetic Purchase Intention: in the Perspective of Muslim and Non-Muslim Consumer. Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED) EISSN*.
- Musayadah, A., Nersiwad, & Utami, B. (2023). Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Scoopy Di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Nasution, C. Fadillah, & Kristaung, R. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Online (studi Kasus Cosmetics Brand Mother Of Pearl). *Ekonomi Digital*.
- Ningrum, Puri, L., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*.
- Nisak, D., & Astutiningsih, S. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah.
- Pandiangan, K., Dwi Atmogo, Y., & Author, C. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Priliandani, S. T. E. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Konsumen Mie Lemonilo di Semarang).

- Puspitarini, I., Indra, R., Mani, L., Larasati, F., & Arief, A. A. (2024). *The Distribution of Cosmetics Products, Brand Trust and Promotion Impact on Purchase Decision during Live Streaming*. *Journal of Distribution Science*, 22(7), 1–11. <https://doi.org/10.15722/jds.22.07.2024.07.1>
- Puspitasari, R., Nugraha, A., Nurhayati, L., Mulyana, M., Rinwantin, Ulya, W., Indriany, Y., Parhusip, A., Akbar, S., Firmansyah, H., Muna, N., Kusuma, H., Suwitho, Wahyudi, D., Ratnasari, K., Yusnaini, & Santoso, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Rachmawati, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Uniqlo di Surabaya).
- Rahman, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Gojek di Banjarmasin. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Sinaga, R., & Hutapea, J. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Wardah Pada Mahasiswa UNAI.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.
- Sukmana, M., Hannan, S., & Purba, J. (2019). Hubungan Harga dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di PT Bank Mandiri Jakarta Kota (Vol. 13, Issue 1). <https://beritagar.id>
- Syahputri, A., Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Tjipto, & Diana. (2020). *Pemasaran* (7th ed.). Penerbit Andi.
- Trisliatanto, D. (2020). *Metodelogi Peneltian* (Giovanni, Ed.). CV.ANDI OFFSET.
- Ulandari, O. (2023). Efektivitas Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan BUMDES “Sumber Rejeki” Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 183–195. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.931>
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Wardhana, A., Kartawinata, B., Akbar, A., & Muslimin, I. (2021). *The Effect of the Use of Influencer On The Purchase Decision of MSME Culinary Product in Indonesia (Study On Snack Product “Kripik Belings” On Instagram)*.
- Wardhana, A., Pradana, M., Syarifuddin, S., Alves, A., & Firmansyah, I. (2023). *Marketing mix analysis of an Internet service provider in Indonesia*. 8. <https://doi.org/10.1117/12.2675074>

Winda, S., Khasanah, M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.