

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. P., Parlyna, R., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Consumer Ethnocentrism, Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Buatan Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2).
- Astuti, T. P., Manullang, R. R., & Novika. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sego Bakar Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 10(2), 220.
- Ayuningsih, F., & Maftukhah, I. (2020). The Influence of Product Knowledge, Brand Image, and Brand Love on Purchase Decision through Word of Mouth. *Management Analysis Journal*, 9(4), 355–369. <https://doi.org/10.15294/maj.v9i4.40796>
- Azhari, R. D., & Fachry, M. F. (2020). Batik Karawang Di Ramayana Mall , Karawang the Influence of Pembelian Batik Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 37–44. <http://journal.febubhara-sby.org/umj> Hal:
- Candana, D. M., Putra, R. B., & Wijaya, R. A. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN DISIPLIN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT BATANG HARI BARISAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(September). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 113–123.
- Fitrah, & Fadhillah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surabaya. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 564–578.
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Anjelita, D. (2024). *KETERKAITAN PELATIHAN KERJA DAN SELF EFFICACY DENGAN PENINGKATAN KINERJA*

KARYAWAN PT. POS INDONESIA (PERSERO) CABANG SUMBAWA BESAR.
4, 22–33.

Hadiatullah, H., Sudiyarti, N., & Kurniawansyah, K. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 230–242. <https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1312>

Handayani, O., & Masri, E. (2023). Perlindungan Konsumen Produk Skincare Pada Penjualan Secara Online. *Krtha Bhayangkara*, 17(3), 481–494. <https://doi.org/10.31599/krtha.v17i3.3084>

Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2023). Pengaruh inklusi keuangan dan Literasi keuangan terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, VOL 7, no. <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.305>

Irawati, L., Zaini, M., & Renoat, R. (2023). Pengaruh Product Knowledge terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Kupang. *Bisman - Jurnal sBisnis & Manajemen*, 8(1), 56. <https://doi.org/10.32511/bisman.v8i1.1123>

Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>

Novianti, K., Sari, E. P., & Adhitya, W. R. (2023). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX PADA PT. SJKM. *Jurnal Widya*, 4, 422–435. <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/JIPIS/article/view/3286/1829>

Nurhalim, A. D. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE GOJEK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS EFEK COVID-19 KONSUMEN KARAWACI TEGAL BARU TANGERANG). *Jurnal Bina Manajemen*, 9(April), 17–29.

Pahlevi, F. A. (2021). Pemanfaatan Sludge Kawasan Industri Dengan Mikroorganisme *Aspergillus Niger*, *Pseudomonas Puttida* Dan Penambahan Air Kelapa Menjadi Pupuk Organik. *JURNAL ENVIROUS*, 1(2), 143–151. <https://doi.org/10.33005/envirous.v1i2.50>

- Pering, I. M. A. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48. <https://doi.org/10.47532/jis.v3i2.177>
- Rachmahsari, A., Tambunan, D. B., & Sumaji, Y. M. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Product Knowledge Terhadap Brand Awareness Letterpress.Co. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(2), 114–123. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2057>
- Rikaz, S. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEADILAN, SISTEM PERPAJAKAN, DAN DISKRIMINASI WAJIB PAJAK TERHADAP PENGGELAPAN PAJAK (TAX EVASION). *NOAFA*, 5(1). <http://repository.unissula.ac.id/16771/>
- Rusman, A., Febrian, Z., Kholifah, D. N., & Taufik, G. (2024). ANALISIS PENGUKURAN USABILITY MOBILE BANKING DENGAN METODE USE QUESTIONNAIRE DAN IPA Arief. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(3), 3189–3198.
- Salsabila, S., & Pradana, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc Di E-Commerce Shopee. *E-Proceeding of Management*, 10, 124–138. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.284>
- Samara, A., & Susanti, M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 14–25. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.130>
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image terhadap Purchase Intention. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 169–184.
- Saragih, F., Harahap, R. D., & Nurlaila. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2518–2527. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1427>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12007>

- Sipahutar, T. T. U., Sihombing, C. P., Manullang, F. B., & Hantono, H. (2023). Pengaruh Modal, SIA, Dan Pendapatan Terhadap Nilai Investasi Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderating. *Owner*, 7(3), 2246–2261. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1591>
- Sofiyatuzzahro, Qomari, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya. *Ubhara Management Journal*, 1(2), 242–254. <http://journal.febubhara-sby.org/umj> Hal:
- Sugiyono. (2020). *Sugiyono Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.Pdf* (p. 444).
- Susanti, F., Marahmi, F. L., & Marlius, D. (2022). Buying Intention Dilihat Dari Celebrity Endorsement Dengan Self Brand Connection Sebagai Variabel Mediasi Pada Smartphone OPPO Di Risal Cell Solok Selatan. *Jurnal Pundi*, 6(1), 1–18. <https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.394>