

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Amirullah., Budiyono. (2003). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Ebert, J. R., & Griffin, W. R. (2014). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset Fandy Tjiptono dan Anastasia, 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta : J&JLearning.
- Firmansyah S.E., M.M. (2013). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta : Deepublish.
- Firmansyah, S.E., M.M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Deepublish.
- Ghazali. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenwood., Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communication*. Somerset, NJ, USA : Wiley.
- Ir. Agustina Shinta, M.P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : UB. Press.
- Kotler., and Keller. (2008). *Marketing Manajemen* (14rd ed.). New Jersey : Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip -Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler., and Keller. (2012). *Marketing Manajemen*, (14rd ed.). New Jersey : Pearson.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller(2009),*Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integreted Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Setiadi, S.E., M.M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Kencana.
- Sunarto, A. (2009). *Seluk beluk e-commerce*. Yogyakarta : Garailmu.
- Susanto., Wijanarko (2004). *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Suyanto. (2007). *Marketing Strategy Brand Top Indonesia*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Suliyanto, D. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV ANDI.
- Schiffman, & Kanuk, (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Purwanto. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Gava Media.
- Winarno. (2015). *Analisi Ekonometrika dan Statistika*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

B. JURNAL

- Alatas, A., Hidayatullah, D. (2019). Pengaruh *Perceived Risk* dan *Ease Of Use* terhadap Kepercayaan dan keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Situs Belanja *Online* Bukalapak. *e-Proceeding of Management*, 6 (2).
- Badre. (2020). *Study on Factors Affecting Online Shopping Behaviour of Consumer*. *Our Heritage*, 68 (9).
- Febriani., Khairusy. (2020). Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser/Brand Ambassador*, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di *Online Shop* Shopee (Studi Pada Konsumen Desstore Collection Serang Banten). *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3, No. 1, 2020.
- Hanysha. (2018). *An Examination of the Factors Affecting Consumer's Purchase Decision in the Malaysian Retail Market*. *PSU Research Review*, 2 (1).
- Marpaung et al., (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7 (1).
- Pandey., et al. (2021). *Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia)*. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, Vol. 4, No. 1, 2021.
- Sadrabadi., Saraji., Zadeh. (2018). *Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media*. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour* , 2 (3).
- Qi., Chan., Hu., and Li. (2020). *Motivation for Selecting Cross Border E-Commerce as a Foreign Market Entry Mode*. *Industrial Marketing Management*.
- Wahyuni., Rahanatha. (2020). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlineshop Zalora Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 2, 2020.

- Yazid I., & Hidayat W (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9 (1).
- Yolanda., Wijanarko. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1A, 2018.