

DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, Andriani, H., Sukmana, D. J., Auliya, M. H., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., . . . Utami, E. F. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Jakpat. (2021, Juli 27). *Indonesia Ecommerce Trend 1st Semester of 2021 – JAKPAT Survey Report*. From blog.jakpat.net: <https://blog.jakpat.net/indonesia-ecommerce-trend-1st-semester-of-2021-jakpat-survey-report/>
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 660-669.
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 99-118.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA*, 663-674.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Jenji Gunaedi Argo*, 200-218.
- Faroh , W. N. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah”). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3-24.
- Hair, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, 106-121.

- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 176-180.
- Lestari, F. A. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *sosio e-kons*, 87-93.
- Lidwina, A. (2021, 04 04). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)*. From databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Masloman, M., Tumbel, A., & Raintung, M. (2022). EFEKTIFITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN IN-APP PURCHASES PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT MANADO. *Jurnal EMBA*, 649-661.
- Miati, I. (2020). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG DEENAY (STUDI PADA KONSUMEN GEA FASHION BANJAR). *JURNAL ABIWARA*, 71-83.
- mulyani, B. a., Permadi, L. A., & Rusminah. (2022). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SITUS BUKALAPAK. *JURNAL RISET PEMASARAN*, 1-7.
- Nurlela, F. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sehat Lemonilo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 34-52.
- Pane, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak di Batam. *Thesis (Skripsi)*.
- Pasaribu, R. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk soyjoy pt. Amerta indah otsuka kota medan. *Jurnal Manajemen*, 45-52.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce tokopedia. *Management*,