

DAFTAR PUSTAKA

- Alshare, F., Aljawarneh, N. M., Alomari, K. A. K., Alomari, Z. S., Albdareen, R., Alwagfi, A. A., & Alradaideh, A. T. (2020). *Factors influencing cellular device purchase decisions in Jordan. Management Science Letters*, 10(11).
- Ansori. (2015). Pengantar Manajemen. *In Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents (Vol. 3, Issue April)*.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arini, S. C. (2022). Ada 3.181 Komplain Pelanggan Toko Online, Ini Rinciannya. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6169820/ada-3181-komplain-pelanggan-toko-online-ini-rinciannya>.
- Aryani, L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop LAZADA. *Volume 3(1)*, 39–52.
- Bayu Pramutoko. (2020). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 1, 35–44.
- George, R. T., & Lue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen (Revisi)*. Bumi Aksara.
- Gresik, D. I. K. A. B. (2022). *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis, Volume 02, No. 01, Tahun (2022). 02(01)*, 43–59.
- Guercini, S., Bernal, P. M., & Prentice, C. (2018). *New marketing in fashion e-commerce. Journal of Global Fashion Marketing*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/20932685.2018.1407018>
- Herman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.

- Ikhsan. (2022). *15 Marketplace dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia 2022*.
<https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaannya/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021. *Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2021*, 90.
- Kemp, S. (2022). *DIGITAL 2022: GLOBAL OVERVIEW REPORT*.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition 5th Edition*. MyLab & Mastering, Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition (Vol. 15E)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Prinsip-Prinsip Manajemen (12th ed.). Erlangga.
- Kurniawan, A., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Pandiva Buku.
- Iin Mayasari, Adrian Wijanarko, Handi Risza, Dewi Kurniaty, Nurliya Apriyana, Iyus Wiadi, C. (2020). *Konsep Dan Studi Merek Lokal (Issue June 2021)*.
- Machali, I. (2015). Statistik Itu Mudah, Menggunakan SPSS Sebagai Alat Bantu Statistik. In ResearchGate (Issue October).
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *Journal of Business and Applied*.
- Mursid. (2015). Pengembangan Pembelajaran PAUD. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasib, Amelia, & Lestari. (2017). Dasar Pemasaran. Mitra Wacana Media, 4(1), 29–37.
- Nguyen, V. T., Tran, T. H. D., & Ngo, T. X. B. (2022). *The Influence of Brand Equity on Customer Purchase Decision: A Case Study of Retailers Distribution. Journal of Distribution Science*, 20(2), 11–18.
- Priyatno, D. (2014). SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis. Andi Offset.

- Putri, R. A., & Fenalosa, A. (2022). [Laporan] Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022. <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). *Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348.
- Rahayu, B. P. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Safitri, L. D., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2022). Analisis pengaruh promosi, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian e-commerce shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 189–196.
- Salam, K. N. (2020). *Buku Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen. In Manajemen dan Strategi Pemasaran dalam Bisnis (Issue January)*.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L. 2013. *Consumer Behavior. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Ilmiah. *METODE PENELITIAN ILMIAH*, 84(November), 116.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Tambunan, D., Nasib, & Syaiful. (2021). *Perilaku Konsumen Final 1. February*, 40.
- Wang, C., Wang, Y., Wang, J., Xiao, J., & Liu, J. (2021). *Factors influencing consumers' purchase decision-making in O2O business model: Evidence from consumers' overall evaluation. Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(March), 102565.
- Yeo, S. F., Tan, C. L., Kumar, A., Tan, K. H., & Wong, J. K. (2022). *Investigating the impact of AI-powered technologies on Instagrammers' purchase decisions in digitalization era—A study of the fashion and apparel industry. Technological Forecasting and Social Change*, 177(February), 121