

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmarawati, L. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan*. Malang: UB Press.
- Anshor, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP).
- APJII. (2019). Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Diakses 20 Februari 2020, dari <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI40Mei2019.pdf>
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. *Widyakala Journal*, 3 (1), 49–56. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Ariffin, S. K., Dihanani, N. N., & Wahid, N. A. (2019). *Investigating The Factors Affecting Consumer Purchase Intention Towards Halal Organic Food*. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 7 (2), 162–188.
- Ayodya, W. (2020). *UMKM 4.0 (Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0)*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). *Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Layanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia*. *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10 (2), 203–218. <https://doi.org/10.36694/jimat.v10i2.201>
- Budhiarta, I., & Muttaqin. (2019). *Model HSQ-Matrix untuk Pengukuran Kualitas Layanan Kesehatan dan Rumah Sakit di Banda Aceh*. Banda Aceh: CV Penerbit Qiara Media.
- Butt, H. A., Shah, A. B. A., & Iqbal, H. (2016). *Perceived Service Quality and Purchase Intention: Mediation of Word of Mouth*. *Journal of Business Management and Economic Studies*, 1 (2), 1–13.
- Cece, I. Sen. (2015). *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya*. *Manajemen Kinerja*, 1 (2), 101–110.
- Darmanto, Wardaya, S., & Sulistyani, L. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Dictio. (2018). Mengapa fashion wanita lebih tren dari pria ? Diakses dari 14 Juni 2020, dari <https://www.dictio.id/t/mengapa-fashion-wanita-lebih-tren-dari-pria/24705>
- Ekawati, R. R., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Diskon Terhadap Minat Beli di Restoran Saboten Shokudo Kecamatan Klojen Kota Malang*. Jiagabi, 9 (1), 28–34.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Frick, T., & Eyler, K. (2014). *Return on Engagement (Content Strategy and Web Design Techniques for Digital Marketing)* (2nd ed.). Burlington: Focal Press.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *Business*. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Handhani, R. P., & Fundianto. (2019). *Wanted!!! Prospective Successful Entrepreneurs Only!* Jakarta: One Peach Media.
- Hartanto, R. (2019). *Brand & Personal Branding*. Yogyakarta: Penerbit Denokan Pustaka.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Computindo.
- Hutahayan, J. F. (2019). *Faktor Pengaruh Kebijakan Keterbukaan Informasi dan Kinerja Pelayanan Publik*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Huwaida, H. (2019). *Statistika Deskriptif*. Yogyakarta: Percetakan Deepublish.
- Indahingwati, A. (2019). *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian (Pada Kualitas Layanan SIM Corner di Indonesia)*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.
- Jahja, Y. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17e Global Edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e Global Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kusumawati, A. (2018). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Pendidikan Tinggi (Konsep dan Aplikasinya dalam Penelitian)*. Malang: UB Press.
- Linardi, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop Rl_Watch*. AGORA, 7 (1), 5.
- Lionora, C. A., & Santosa, S. B. (2015). *ANALISIS PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN UNTUK MENDORONG MINAT BELI ULANG (Studi pada Member Sanggar Senam Kharisma Semarang)*. 4, 1–8.
- Meilani, Y. F. C. P., & Simanjuntak, S. (2012). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14 (2), 164–172. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.2.164-172>
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Nurhayani, & Sunaryo, D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Prayitno, G., & Subagiyo, A. (2018). *Membangun Desa (Merancang Desa dengan Pendekatan Partisipatif dan Berkelanjutan)*. Malang: UB Press.
- Rangkuti, A. A. (2017). *Statistika Inferensial untuk Psikologi & Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ratri, C. (2019). *Hobi Jadi Bisnis*. Yogyakarta: CV Diandra Primamitra Media.
- Roony, C., Priambodo, D. D., A, H. C., A, K. R., & Hestiyani, M. (2019). *Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated Home Protection)*. *Indonesia Business Review*, 02 (1), 125–138.

- Rosita, R. (2016). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction*. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika, 1 (2), 98–103.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Rumhayati, B. (2019). *Sedimen Perairan*. Malang: UB Press.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep & Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shopback. (2018). 5 Prediksi Tren E-Commerce di Indonesia Pada 2018. Diakses dari 20 Februari 2020, dari <https://www.shopback.co.id/katashopback/prediksi-tren-e-commerce-di-indonesia-pada-2018>
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sobari, N., & Usman, H. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariant (Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS)*. Malang: UB Press.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global (Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tariq, M., Abbas, T., Abrar, M., & Iqbal, A. (2017). *EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: mediating role of brand image*. Pakistan Administrative Review, 1 (1), 84–102.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- TOP Brand. (2019). Top Brand Index Online Shop Fashion (Pakaian, Sepatu Dan Aksesoris). Diakses dari 24 April 2020, dari https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=zalora

- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi (Konsep, Teori, dan Penerapan)*. Malang: UB Press.
- Wahyuni, N. P. L., & Rahanatha, G. B. (2020). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Minat Pembelian Produk Onlineshop Zalora di Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9 (2), 779–798. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p19>
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Witjaksono, B. (2020). *Fundraising Wakaf Uang Melalui Perbankan Syariah*. Jakarta: Loka Media.