

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, BrandImage, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com)*. *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20.
- Ansari Harahap, D. (2015). *Analisis Factor – Factor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung. Keuangan Dan Bisnis*, 7(3).
- Desi, A.P., Dewi Shinta, W.L., & Edi,W. (2016) *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Dancow pada Irian Supermarket Aksara*
- Dinawan, M. R. (2010). *Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX (3), 335–369
- Ekwueme, A. & Akagwu, A.N. (2016) *The Influence of Online Marketing of Jumia and Konga on Consumer Purchasing Behaviour among Kogi State Residents of Nigeria*
- Enrique, B., Carla, R., Joaquín, A., & Silvia, S. (2008). *Influenc Of Online Shopping Information Dependency And Innovativeness On Internet Shopping Adoption. Online Information Review*, 32(5), 648–667.
- Iriani, S., & Harianto, A. (2014). *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 1273–1283.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang.*  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/xz3d8>
- Lestari, B., Fiernaningsih, N., & Eka Wahyu, E. (2019). *Pengaruh Harga Dan Media Promosi Online. Seminar Nasional Gabungan Bisnis & Sosial Polinema 2019.*

- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Rahmi, A. & Yogia, A.M (2015) *Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dikalangan Mahasiwa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau)*.
- Wati, N. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen. Management*, 1–16.
- Yusuf, M. (2011) *Analisis Management, 1–16. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ( Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang) “*