

## 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 Ani Putri, Dewi Shinta Wulandari Lubis, Edi Winata (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 Anthony & Akagwu, Akoji Nehemiah (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). *Influence 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>*

yusuf Muhammad (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) “*

Rahmi Amelia dan Yogia Adidi Moris (2015) *Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dikalangan Mahasiwa (Study Kasus Mahiswa Fisipol Universitas Islam Riau)*

Wati, N. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Marketing Online Terhadap Keputusan Pembelian Serta Pengaruhnya Pada Kepuasan Konsumen.*

*Parengkuan, Tumbel, Wenas (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado.*

*Iswanto (2015). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Photo Cabin Rendy Iswanto.*

*Adiwidjaja dan Tarigan (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse.*

*Mujiyana, Elissa (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online.*

*Suharsono, Sari (2019). Pengaruh Promosi Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo).*

*Kumalasari (2019). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemasaran Online Bisnis Fashion Mika Hijab Di Gonilan.*

*I ketut (2018). The Role Of Brand Image Mediating The Effect Of Product Quality On Repurchase Intention.*