

- Kotler, P., and K. L. Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and K. L. Keller (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Nisa, Tamara Alfira, and Ahmad Maulidizen (2022). Pengaruh Citra Merek , Promosi Dan Online Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1(2):38–52.
- Scarpi, Daniele (2006). Fashion Stores between Fun and Usefulness. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal* 10. doi: 10.1108/13612020610651097.
- Schiffman, Leon, and Leslie Lazar Kanuk (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedu. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: ALFABETA.
- Sumawarman, Ujang (2003). *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swastha, B., and Irawan (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandi (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Yogyakarta: CV Andi.
- Tobing, Alex Wulan Fahri Lumban (2019). Perilaku Hedonisme Pada Wanita Sosialita. 01(01):48–54. doi: 10.29080/ ipr.v2i1.252.
- Veronika, and Nora Pitri Nainggolan (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia.. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11(4).