

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name*. New York: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Al Farisi, S., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 377–385. Retrieved from <http://www.apji.or.id>
- Baskara, I. P. G. T. H. (2014). Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, (2011), 1–15.
- Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*, VIII(3), 143–152.
- Febriansyah, A. (2016). Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2), 19–27. <https://doi.org/10.34010/jra.v8i2.525>
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-commerce Dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 28–33.
- Franciosa, J., Sondang, Y., Si, S., Sc, M., Pemasaran, P. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Brand Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–7.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Latifah, I. N. (2019). Minat Beli Online Di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa / I Di Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 8(1), 92–98. Retrieved from <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/723>
- Leeraphong, A and A.Mardjo. (2013). "Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand", *Journal of Economics, Business and Management*. 1(4) pp.321-324.
- Nainggolan & heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

- Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 41–54. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis>
- Netemeyer, R. G., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., ... Wirth, F. (2004). Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity. *Journal of Business Research*, 57(2), 209–224. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00303-4](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00303-4)
- Nurlina. (2017). Pengaruh E-Service Quality , Dan Kepercayaan Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 83–93.
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.Com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p11>
- Revita, A. (2016). E-Satisfaction Dan E-Trust Mempengaruhi E-Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 505–513. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/228>
- Ribbink, D., Riel, A. C. R. Van, Liljander, V., & Streukens, S. (2021). Managing Service Quality: An International Journal. *Emerald Insight*, 446–456.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan a-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Universitas Ciputra Surabaya*, 2(1), 45–53.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2002. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua Cetakan Kesebelas. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, 6(2), 44–53. <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>
- Wahyono, & Shahnaz, N. F. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*.
- Wijaya Andrew , Hatane Samuel, dan E. J. (2013). Analisa Pengaruh Perceived Quality Terhadap Perceived Value Konsumen Pengguna Internet Mobile XL di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1), 1–12. Retrieved from <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/73>
- Yanthi, K. P., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Country Of Origin , Brand Image , Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3852–3881.