

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa; Aris Ananda. Edisi revisi. Jakarta: MitraUtama.
- Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 3(1), 23-38.
- Andriana, D. (2003). Pengenalan Pemrograman E-Commerce dengan PHP dan MySQL.
- A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Anggraeni, N.M.S., & Yasa, N.N.K. (2012). E-Service Quality terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2), 329-343.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Vol.1), Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Aristyani dan Yasa. (2013). Perbandingan Brand Awareness Produk Minuman Merek Buavia dengan Merek ABC. *Jurnal JMK*, 15(2), 179-185.
- Arfina, M., & Marpaung, R. (2005). Konsep Pelaksanaan E-Commerce.
- Batu, R.L., Situngkir, T.L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 144-152.
- Engel, J.F, Blackwell dan Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen* (6th ed., Vol.2). Jakarta: Binaputra.
- Emeralda, Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). ANALISIS E-TRUST, E-WOM, DAN E-SERVICE QUALITY DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(2), 63-75.
- Fouratama, F., & Arifin, Z. (2018). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 Pengguna Oppo Smartphone). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 56(1).
- Ghitaswari, N., Rombe, E., & Ponirin, P. (2018). PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMITMEN TERHADAP PEMBELIAN KEMBALI LIPSTIK MEREK WARDAH DI KOTA PALU. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(1), 37-44.

- Gunawan, Ce. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (1st ed). Yogyakarta: Deepublish.
- Islamiati, P., & DS, A. H. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK (PRODUCT QUALITY) DAN KUALITAS LAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (CONSUMER SATISFACTION) (Studi pada Konsumen E-Commerce B2C Zalora.co.id di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 28-36.
- JSP, N. A. (2018). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(5).
- J. Setiadi, Nugroho. (2008). *Perilaku Konsumen* (1st ed). Jakarta: Penerbit Kencana.
- Karina, M. (2019). Pengaruh E-Servicescape Online Marketplace Shopee pada Perceived Value dan Kepuasan Pelanggan, serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Maksipreneur*, 9(1), 103-122.
- Kotler, Philip. (1996). *Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT.Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol.1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol.1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran* (3rd ed., Vol.1). Jakarta: Prenhalindo.
- Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. (2007). *Sistem Informasi Manajemen* (10th ed) Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat.
- Lasyakka, Bintang. (2015). Faktor-Faktor Kualitas E-service yang Berpengaruh Terhadap Perceived Value pada Website E-Commere Lazada.co.id (Studi Pada Warga Lingkungan Rw.3 Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(2).
- Menik Wijianty. Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta, *Jurnal Epigram*, Vol 13, No. 1.

- Paramansyah, A., Ghulam, D., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(1), 88-107.
- Pramudita, A. S., & Agustia, R. E. (2021). Analisis E-Service Quality Mobile Apps dan E-Promotion Mobile Apps pada Keputusan Pembelian Layanan Traveloka. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(1).
- Prasetyo, H. D., & Purbawati, D. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen Lazada Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 127-134.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Salaka, E. P., & Hidayat, W. (2019). PENGARUH WORD OF MOUTH, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH KOTA SEMARANG. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 136-145.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 13(2), 140-146.
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Swastha, B., dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Swastha, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tyas, S. A., & Hartelina. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BUKALAPAK. *Journal of Management*, 4(1), 187-196.
- Venessa, Ike, & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 51(1), 44-48.

- Wiastruti R. D., & Kimberlee, S. (2018). PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SIMETRI COFFE ROASTER PURI, JAKARTA. *Jurnal Pariwisata*, 5(2).
- Wicaksono, Muhammad. (2007). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 153-165.
- Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.com. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 60-72.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Malhotra, A. (2002). Service Quality Deliver Through Web Site: A Critical Review of Extant Knowledge. *Journal of Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375.