**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku :**

Bahri, Syaiful. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis, Penerbit Andi. Yogyakarta

Durianto, D., Sugiarto, Sitinjak, T. (2017). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas merek dan perilaku merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran produk dan merek (*planning & strategy*). Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

Ghozali Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25

Haque-Fawzi, M.G., Iskandar, A.S., Erlangga, H., Nurjaya, H. (2022). Strategi pemasaran:konsep, teori, dan implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books.

Keller, & Kotler. (2016). *Marketing Management* (Vol.15). Harlow: *Pearson Education Limited.*

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *A framework for marketing management, sixth edition, global edition. New York City: Pearson Education.*

Kotler. (2019). Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. (2019).Perilaku konsumen. Bandung: Refika Aditama.

Priansa, D.J. (2017). Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. Bandung: CV Pustaka Setia

Sangadji, E.M. & Sopiah, MM. (2016). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Stokes, Rob. 2013. *E-Marketing: The essential guide to marketing in adigital world, Fifth Edition. Quirk Education Pty.*

Sugiyono (2014).Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kedelapan. Bandung: CVAlfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian & Pengembangan Researchand Development Bandung: Alfabeta, CV.

Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Cetakan Ke-26. Bandung: Alfabeta,CV.

Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan bpenerapan. Yogyakarta: Andi

**Jurnal :**

Digital, P. P., Kualitas, P., Citra, D. A. N., Terhadap, M., Pembelian, K., & Lokal, S. (2022). Journal of Applied Business Administration. *Journal of Applied Business Administration*, *September*, 90–100.

Kualitas, P. P., & Dan, N. M. (2018). *Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Effect Of Quality Perception , Brand Name , And*. *8*(2).

Purwanti, N., Irawan, B., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Jember, U. (2017). Eksplorasi Faktor-Faktor Online Marketing Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Belanja Online Pada Naufal Bag Collection Exploration of Online Marketing Factors Influencing The Decision to Consumers in Online Shopping at Naufal Bag Collection. *Ekonomi Bisnis Dan Akutansi*, *IV*(1), 84–87.

Qalati, S. A., Vela, E. G., Li, W., Ahmed, S., Thi, T., Thuy, H., & Merani, S. H. (2021*). Effects of perceived service quality , website quality , and reputation on purchase intention : The mediating and moderating roles of trust and perceived risk in online shopping Effects of perceived service quality , website quality , and reputation on purchase intention : The mediating and moderating roles of trust and.* *Cogent Business & Management*, *8*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1869363

Rahmi, A., Adidi, M., Mahasiswi, Y., Dosen, D., Studi, P., Bisnis, A., & Uir, F. (n.d.). Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa ( Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau ). 149–172.

Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). *Heliyon The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping.* *Heliyon*, *5*(October 2018), e02690. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690

Social, P., Marketing, M., Persepsi, D. A. N., Niat, T., & Surabaya, B. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi pada Masyarakat Surabaya Timur). *Ilmu Manajemen*, *7*, 446–452.