

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & Kurniawan, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23-37.
- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi Dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksaramedan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 3(3), 221-233.
- Annisa, N., Roswaty, & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kosmetik Sari Ayu di Outlet Mall Palembang Icon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 56-65.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles Di Jakarta Selatan. *Jurnal MIX*, 5(1), 124-143.
- Auliyaa, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Reviews (OTRs) dan Rating: Kekuatan Baru pada Pemasaran Online di Indonesia. *Jurnal EBBANK*, 8(1), 89-98.
- Devy, S., Br, N. A., & Sinulingga. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Rotella Persada Mandiri. *Journal of Management Science (JMAS)*, 1(1), 18-23.
- Fadly, H. D., & Sutarna. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213-222.
- Febrianti, R., & Handaruwati, I. (2020). Pengaruh Pemasaran Online Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Solo Raya. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 1(2), 91-96.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Sosial dan Psikologi*. Yogyakarta: Parama.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di UD. Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma*, 6(2), 37-53.

- Hapsari, A. D., & Iqbal, M. (2018). Analisis Segmentasi Pasar Fashion Wanita berdasarkan Motif Pembelian dan Shopping Lifestyle. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(2), 27-35.
- Irawan, & Nur, M. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. doi: 10.30737/ekonika.v5i2.1097
- Jati, W. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *pemasaran kompetitif manajemen pemasaran*, 1(1), 127-138.
- Juniardi, A., Haerani, S., & Munir, A. R. (2018). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Centre. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 1(4), 52-64.
- Kosasi, S. (2016). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online Untuk Memperluas Segmentasi Pasar Properti. *Jurnal VOI STMIK Tasikmalaya*, 5(2), 31-42.
- Muis, M. R., & Fahmi, M. (2017). Pengaruh Promosi Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah. *JURNAL ILMIAH KOHESI*, 1(3).
- Nikmah, F. (2017). Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis. *Kajian Tentang Pemasaran online*, 11(1), 47-56.
- Nst, R. M., Adwiya, N., Safri, H., Simajuntak, D., & Nasution, M. F. (2021). Pengaruh Harga Lokasi Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Villa Pertiwi. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(1), 11-21.
- Ong, I. A., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Cincin Station Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, 1(2), 1-11.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Produk Fashion Melalui Toko online di Surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Setiawati, I., Novandalinda, A., & Prihatiningsih, R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Online dalam Peningkatan Penjualan dan Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umk). *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 1-11.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Dewi Kania, & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 15-23.
- Sidik, S., Hasrin, A., & Fathimah, S. (2020). Analisis Dampak Kebijakan Pembatasan Waktu Operasional Pasar Di Kabupaten Minahasa Akibat Penanggulangan Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(3), 52-59.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk PT.HNI HPAI). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 1(2), 399-413.
- Sitepu, S. N. B. (2017). Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 37-50.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (19 ed.): Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal komunikasi*, 8(2), 123-138.

- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv. Tjahaja Baru Bukittinggi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(1).
- Ummah, N. M., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk Fashion. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 33-40. doi: 10.29080/jpp.v11i1.350
- Widia, & Gunawan, C. (2021). *Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Mebel Rumah Q-Ta)* (Vol. 1).
- Yuniarti, Y. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online. *18*(1), 27-37.

