

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia Bandung.
- Adyas, D., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr150r Di Cibinong. *Economicus*, 13(1). <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.167>
- Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diakses pada tanggal 30 Maret, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2). <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p139-147>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gani, I., & Siti, A. (2018). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial* (Edisi Revi). Penerbit Andi.
- Gunawan, Didik., Aiga, D. P., Yenni. A., & Bobby, H. (2022). *Monograf Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi, D., & Iqbal, A. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Huzangi, A., & Astuti, P. B. (2020). Pengaruh Word of Mouth, Kelompok Acuan, dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(6). <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i6.686>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- iPrice. (2022). *Peta E-Commerce Indonesia*. Diakses pada tanggal 30 Maret, dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jawangga, Y. H. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Cempaka Putih.

- Juliandi, A., Irfan., & Safrinal. M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. Umsu Press.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan Konsumen: Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Bintang Sembilan Visitama.
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.75>
- Melati, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1). <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nurhasanah, S., Ramdan, A. M., & Komariah, K. (2019). Analisis Kelompok Acuan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tas Eiger pada Eiger Store Kota Sukabumi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2). <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.589>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4). <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.616>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA*, 14(1). <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pratama, M. A., & H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Raket Pada Pemain Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 03(03), 1–7.
- Putri, Y. E., Moiens, A., & Yulasmi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL

Di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*.
<https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.35>

Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *MBIA*, 20(1). <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1271>

Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. PT Scopindo Media Pustaka.

Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.

Sudaryono, S. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Penerbit Andi.

Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

———. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.242>

Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen*. Universitas Terbuka.

Sumarwan, Ujang., & Fandy, T. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Prespektif Perilaku Konsumen*. IPB Press.

Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.

Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Pustaka Bengawan.

Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Edisi Pert). Kencana.

Zalora. (2022). *About Us*. Diakses pada tanggal 02 April, dari <https://www.zalora.co.id/about/>