

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (8th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2014). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Islamiyah, Z. (2019). Pengaruh Promosi Online dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dhy Hijab Jombang. *BIMA: Journal of Business and Innovation ...*, 1(2), 205–211. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima/article/view/32>
- Japlani, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik di Kota Metro Lampung. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 168–177.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.26533/eksis.v10i1.51>
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian* (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan). In 2 (13th ed.). Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan: Warnadi, & Triyono, A.* Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Leon, S., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour (Alih Bahasa Rio, Yulihar, dan Reni.* (8 ed.)). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, J. ., & Minor, M. (2015). *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall, Inc.
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Online Promotion Effect on Social Media Consumer Buying Decisions Brand Elmeira. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2679.
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection. *Edunomika*, 05(02), 709–725.
- Oktavia, N., Mustari, Rahmatullah, Supatminingsih, T., & Dinar, M. (2022). Pengaruh

- Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Journal Of Social Science and Character Education*, 1(1), 28–38.
- Pratiwi, D. A. N., & Suwitho. (2020). Pengaruh Promosi Online, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(8), 1–18.
- Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Firsada.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Refi, T. M., & Tarlis, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim Pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2), 127–140. <https://doi.org/10.32505/jii.v4i2.1370>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L., L. (2018). *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa: Zoelkifli* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Prespektif Perilaku Konsumen, dan Marketing Plan*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Swasta, B., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik: Domain, Determinan Dinamika* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Trisnawati, N., & Pangestika, A. W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Mayoufit Cabang Bekasi. *Ikraith Ekonomika*, 1(2), 146–154.
- Yustiani, N. F. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Prosperoshoes. id Kota Tasikmalaya). *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 4020–4025.