

DAFTAR PUSTAKA

- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ethic, P., Statement, P., Achmad, R., Ayu, M., & Vialine, D. (2021). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER ABEL CANTIKA*. 1–9.
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Hesti Noor Fatimah, & Andri Nurtantiono. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 106–113. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2330>
- Manik, C. D., Salim, A., & Sugiyarto, S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 8(1), 25. <https://doi.org/10.32493/skr.v8i1.9716>
- Setiyawati, N., & Lestari, B. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Ajaran 2017). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 17–20.
- Widyana, N. A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 91. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i1.1868>
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>
- Yolandita, C., Nursanta, E., Widiyarsih, W., & Masitoh, S. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Informasi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(6), 479–486. <https://doi.org/10.36418/jurnalsostech.v2i6.343>
- Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.100> Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2018). Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15e Global Edition. Pearson
- Abdul Manap. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Buchari Alma. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2017. Manajemen Pemasaran, Edisi 4, Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing*, 17th Edition, Pearson Education Limited, United Kingdom.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition, New Jersey, Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.
- Laudon, K. C., dan Traver, C. G. 2017. *E-Commerce 2016 business, technology, society (12th ed.)*, British Library Catalogue-in, England.
- Cand, Suhardi. 2018. Pengantar Manajemen dan Aplikasinya, Gava Media, Yogyakarta.
- Sarinah dan Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen, Penerbit Deepublish, Sleman.
- Sugiyono. 2017. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, CV Alfabeta, Bandung.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, & Jacky Mussry. 2016. Pemasaran Jasa. edisi 7. Erlangga: Jakarta.
- Uun Nur Laila, N. Rachma, Achmad Agus Priyono e-Jurnal Riset Manajemen prodi Manajemen.
- Yaya Ruyatnasih dan Liya Megawati, 2017. Pengantar Manajemen; Teori, Fungsi dan Kasus, Absolute Media, Bantul.

Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, 2017, "Pengantar Manajemen", Edisi Pertama, Jakarta.