

REFERENSI

- A Rahmawati, A. D. (2019). Determinan Harga Saham Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 2 No. 2.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2019). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Gadjah Mada.
- Aditya, K., & Wardana, I. (2017). Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2).
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal CAPITAL*, 4 No. 1.
- Afrilia, S. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan teh botol sosro. *Journal of Social and Politic*.
- Andri Daisy Rahmad, E. S. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Buchari, A. H. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chardika, R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Journal Of Social and Politic Diponegoro*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods 12th Edition*. In *Business Research Methods*.
- Damiati, L. M., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R., K, W., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Erkmen, E., & Hancer, M. (2019). Building brand relationship for restaurants: An examination of other customers, brand image, trust, and restaurant

- attributes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(3), 1469–1487.
- Ferdani, A. R., Wahap, Z., Shihap, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Effect of Service Quality, Tariff Perception and Brand Image toward Customer Satisfaction. *International Journal of Social Sciences*, 3, No. 1, 90–99.
- Finance, G. (2021). Grafik pergerakan harga saham PT. Bukalapak.com tbk. Retrieved November 1, 2022, from <https://www.google.com/finance>
- Firmansyah, A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Fransiska, V. S. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *AGORA*, 5 nO. 1, 1–8.
- Gibreel, O., AlOtaibi, D. A., & Altmann, J. (2018). Social Commerce Development in Emerging Markets. *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Gunawan, A. V, Linawati, Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0.
- Habibah, Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor), 7, 233–261.
- Harahap, R. A., Michael, M., Albert, A., & Hartanto, A. (2021). The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decision. *Jurnal Mantik*, 5(3).
- Hartanto, R. (2019). *Brand and Personal Branding*. Bekasi: Denokan Pustaka.
- Hartono, C., Silintowe, Y. B. R., & Huruta, A. D. (2021). The Ease of Transaction and E-Service Quality of e-commerce Platform on Online Purchasing Decision. *Jurnal BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13, 81–93.

- Imanda, N., & Nuridin. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK FASHION PADA ONLINE SHOP YELLOW FACY JEANS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. UNKRIS Jakarta.
- Jensen, J. M., & Wagner, C. (2018). A Cross-National Comparison of Millennial Consumers' Initial Trust towards an e-Travel Website. *Marketing Intelligence and Planning*, 36(3), 318–333.
- Katadata. (2021). Bukalapak Kantongi Pendapatan Rp 863 Miliar pada Semester I-2021. Retrieved November 1, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/01/bukalapakkantongi-pendapatan-rp-863-miliar-pada-semester-i-2021>
- Kotler, P. & K. (2019). Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. In *Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1–7.
- Lee, J., Lapira, E., Bagheri, B., & Kao, H. (2018). Recent Advances and Trends in Predictive Manufacturing Systems in Big Data Environment. *Manuff. Lett.*, 1 (1), 38–41.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS MATAHARIMALL.COM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1).
- Lien, C.-H., Wen, M.-J., Huang, L.-C., & Wu, K.-L. (2015). Online Hotel Booking: The Effects of Brand Image, Price, Trust, and Value on Purchase Intention. *Asian Pacisific Review*, 20, 210–218.
- Limakrisna, N., & Purba, T. . (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia, Jilid 2*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Marcelino, K. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Faktor Emosional Pelanggan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Wolu GWalk di Surabaya*. Bab Ii Kajian Pustaka.

- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Mohammed, A., & Rashid, B. (2018). A Conceptual Model Of Corporate Social Responsibility Dimensions, Brand Image, And Customer Satisfaction In Malaysian Hotel Industry. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39, 358–364.
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & LiébanaCabanillas, F. (2021). Social Commerce Website Design, Perceived Value and Loyalty Behavior Intentions: The Moderating Roles of Gender, Age and Frequency of Use. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Octavia, A. C. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Flamingo Collection. *Edunomika*, 05, No. 02, 202.
- Pratami, N. L. K. D., Trianasari, & Atidira, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT Mertha Buana Motor Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2 No. 1.
- Priansa, D. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Priyadi, R. R. (2020). *PENGARUH PERSEPSI MANFAAT TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH BANK DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachmawati, I. K., Hidayatullah, S., Nuryanti, F., & Wulan, M. (2020). The Effect Of Consumer Confidence On The Relationship Between Ease Of Use And

- Quality Of Information On Online Purchasing Decisions. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(04).
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., M. Iswahyudi, Banjarnahor, A. ., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Safitri, R., & Mayar, A. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, siklus operasi, dan konservatisme akuntansi terhadap kualitas laba. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(4), 3793–3807. Retrieved from <https://doi.org/10.24036/jea.v2i4.319>
- Sasongko, G., & Wahyudi, Y. (2019). Dimensi Kepercayaan dalam Usaha Pelepas Uang (Studi Kasus di Kabupaten Semarang). *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 12(1), 15–28. Retrieved from <http://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/4589>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business A Skill Building Approach*.
- Raykov, & Marcoulides, T. (2006). *A First Course in Structural Equation Modeling*.
- Sucahyo, Y. A. (2017). Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Pada Brand Happy Baby. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(5), 601–610.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suleman, D., Zuniarti, I., Marginingsih, R., Hidayat, S. S., Sari, I., Sabil, S., & Nurhayatya, E. (2020). The effect of decision to purchase on shop fashion product in Indonesia mediated by attitude to shop. *Jurnal Internasional Bereputasi*.
- Taan, H. (2017). *Perilaku konsumen dalam berbelanja*. Yogyakarta: ZAHIR.
- Tempo. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Kuartal II-2021 Tertinggi Sejak 17 Tahun. Retrieved November 1, 2022, from <https://nasional.tempo.co/read/1491810/pertumbuhan-ekonomiindonesiakuartal-ii-2021-tertinggi-sejak-17-tahun>

- Thamrin, A., & Francis, T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi, Universitas BSI, VIII(1)*, 76–84.
- Wiedyani, A. H., & Prabowo, R. E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Muria Jurusan Semarang Tawang-Jakarta Gambir. *Journal of Economic and Management, 8(1)*.
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). *Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia*. Universitas Pendidikan Ganesha.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v3i2.31539>
- Yuliantari, K., & Wiwin, W. (2018). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TUKANGROTI.COM DI BEKASI. *Jurnal Akrab Juara, 3(4)*, 9–21.