

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, Shochrul Rohmatul, dkk. (2011). Cara Cerdas Menguasai Eviews. Jakarta: Salemba Empat.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen (Vol. 1, Issue 3)*. [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)
- Cara Menghitung Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Skripsi Kuantitatif dengan SPSS. Diakses dari <http://devamelodica.com/cara-menghitung-uji-validitas-dan-uji-reliabilitas-instrumen-skripsi-kuantitatif-dengan-spss>
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru. 7(2).
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian yang Dipengaruhi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan pada PT Bina Pertiwi Semarang.
- Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo (Vol. 5, Issue 1).
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N, (2004). Basic Econometrics, Fourth edition, Singapore. McGraw-Hill Inc.

- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods; Fourth Edition*. New York: Routledge.
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2019), February 27). Kemkominfo: Pertumbuhan e-commerce Indonesia Capai 78 Persen. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). 1(2), 71–83. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan.
- Normality Test Explained: Methods of Assessing Normality. (2022), September 27). Editage.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://www.liputan6.com/teknoread/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Putra, P. P. (2016). Evaluasi Bauran Promosi pada Perusahaan Invynia.: *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 1, Issue 5).
- Mas Rara Dwi Yanti Handayani (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada

Beauty Produk Skincare Bening's di Kota Surabaya. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>

Rizqullah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3, Issue 2).

Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Tim Smith. (2023, March 19). Autocorrelation: What It Is, How It Works, Tests.

Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2020). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image, Celebrity Endorser, Product Quality in Purchase Decision. <https://doi.org/10.30596/jimb.v23i1.8606>

Wirakanda, G. G., & S. Pardosi, A. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian.