

Daftar Pusaka

- A.Amin. (2016). Pengaruh Brand Predictability, Brand Liking, Brand Competence, Brand Reputation, dan Trust in the Company terhadap Brand Loyalty. Universitas Muhammadiyah Purworejo
- A.Piere John Paulus & R.Farhan.S. (2016). Analisa Perilaku Konsumen terhadap Minat Pembelian dari Sepatu Palsu di Manado
- A.Umi. (2020). Pengaruh Promosi, Potongan Harga, Citra Merek, dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Layanan Grabfood. Universitas Muhammadiyah Surakarta,
- B.Innocentius & L.Cindy Lestari. (2019). *The Effect of Country of Origin, Perceived Quality, and Brand Image on the Purchase Intention of Etude House Cosmetics. Business and Management Horizons. Macrothink Institute*
- B.Arief. (2017). Pentingnya Reputasi Bagi *Brand* Anda. FullStop
- C.Alicia & V.Siagian. (2020). Pengaruh *Brand Image* dan Karakteristik Produk Laneige terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomis.13(4b). Retrieved from <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2422>
- Commata. (2016). Manfaat dan Keuntungan Menggunakan *E-Commerce*. Grogol
- Dahlén, M., Granlund, A., & Grenros, M. (2009). *The consumer-perceived value of non-traditional media: effects of brand reputation, appropriateness and expense. Journal of Consumer Marketing, 26(3), 155–163.*
- DosenPendidikan (2021), Penelitian Kualitatif. Retrieved from [Dosenpendidikan.co.id/penelitian-kualitatif/](https://dosenpendidikan.co.id/penelitian-kualitatif/)
- F.Feni Freycinetia. (2021). Viral Netizen Ajak *Uninstall*, Shopee Minta Maaf Soal Video Promosi. Jakarta. Bisnis.com
- F.Rahmat. (2020). 10 *E-Commerce* Terpopuler di Indonesia: Tokopedia Terdepan, Shopee Geser Bukalapak. Jakarta. Inews.id
- G.Charis (2016). Pengaruh Price Discount Framing (Nominal Persentase dan Teks) Terhadap Niat beli Yang Dimediasi Oleh Persepsi Konsumen Pada Produk Sepatu di Sport Station Malang. Universitas Brawijaya Malang
- Gauri, D. K., Ratchford, B., Pancras, J., & Talukdar, D. (2017). *An Empirical Analysis of the Impact of Promotional Discounts on Store Performance. Journal of Retailing, 93(3), 283–303. doi:10.1016/j.jretai.2017.06.001*
- Halim. (2018). Kecewa dengan *Flash Sale* Shopee. DetikNews

Hanafiah, Adang Sutedja & Iskandar Ahmaddien. (2020). Pengantar Statistika. Widina Bhakti Persada Bandung.

H.Agus Tri. (2019). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. Jakarta. Detikinet

H.Elsa Yuni (2017). Pengaruh *Price Discount Framing* terhadap *Purchase Intention*. Bandar Lampung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

H.Jefri. (2012). Pengaruh *Advertising* terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. Jurnal STIE Semarang

Heri.(2017). 10 Teknik Pengambilan Sampel dan Penjelasannya Lengkap. Salamadian.com

Idtesis.com. (2018). Pembahasan Lengkap Teori *E-Commerce* menurut Para Ahli dan Contoh Tesis *E-Commerce*.

Janiszewski, C., and M. Cunha Jr. (2004). "The Influence of Price Discount Framing on The Evaluation of A Product Bundle." *Journal of Consumer Research* 30 (4): 534-546.

J,Dwi Hadya. (2020). Pengunjung Situs Shopee Terbesar di Indonesia. Iprice, Kuartal I 2020. Databoks

M.Dhee.(2020). Statistika Inferensial. Ometlit.com.

M.I Made Weli & R.I Ketut. (2016). Peran *Brand Image* dalam Memediasi *Country of Origin* terhadap *Purchase Intention*. Universitas Udayana. Bali

N.Ahmad Mustofa, G.Saladin & U.Setio. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Pelanggan Indihome Di Kota Palangka Raya" (Studi Emperis Pada PT.Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). Universitas Lambung Mangkurat

N.Maila. (2021).Pengertian Probability Sampling dan Non Probability Sampling. AkuntansiLengkap.com

Narteh, B., & Braimah, M. (2019). *Corporate reputation and retail bank selection: the moderating role of brand image*. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(2), 109–127. doi:10.1108/ijrdm-08-2017-0164

P.Rizky Ananda.(2016).Pengaruh *Brand Image*, *Reputation*, *Identity*, dan *Sponsorship* Adidas di Chelsea Football Club terhadap Minat Beli Produk Adidas. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

- Praveen.K.Kopalle, Carl.F.Mela & Lawrence Marsh (1999), *The Dynamic Effect of Discounting on Sales: Empirical Analytics and Normative Pricing Implications*. *Marketing Science*
- Pujiyanti. (2018). Pengaruh *Brand Reputation*, *Brand Experience* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* pada Pengguna Kartu Simpati Loop di Kota Semarang. Universitas Negeri Semarang
- R.Agus. (2015). *Partial Least Square Structural Equation Modeling* untuk Mengukur Ekspektasi Penggunaan Repositori Lembaga. Al-Maktabah
- R.Muchlisin (2020), *Brand Trust* (Pengertian, Indikator, Dimensi, dan Faktor yang Mempengaruhi. *Kajianpustaka.com*
- R.Rathika Zahra & R.Nofha. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. Universitas Telkom
- R. Yudha Adi Putro. (2013). Analisis Pengaruh *Brand Reputation*, *Brand Competence*, dan *Brand Liking* terhadap *Trust in Brand* pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya.Semarang. Universitas Diponegoro
- S.Suryono Budi & A.Brian Cahyo (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, Harga dan Kepercayaan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.com). Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang
- S.Diska Nabella & Z.Sri (2019). Pengaruh *Price Discount Framing* terhadap *Purchase Intention* pada Ramayana Department Store, Jodoh, Batam. *Journal of Applied Business Administration*
- S.Rachmini (2001), Penggunaan Statistika Deskriptif untuk Melihat Distribusi Pola Data yang Diteliti. Studi Kasus: Profil Pengguna/Pengunjung Perpustakaan Teknologi di Bidang Jasa Informasi Teknologi PDII-LIPI. LIPI
- Sekar & Bougie. (2016). *Research Methods for Business* 289-292
- Singh, A., & Verma, P. (2017). *Factors influencing Indian consumers' actual buying behaviour towards organic food products*. *Journal of Cleaner Production*, 167, 473–483.
- S.Muh.(2006). Analisis Faktor Faktor yang Berpengaruh terhadap Reputasi Suatu Perusahaan (Studi Kasus Pada Pelanggan Sosial PT Askes (Persero) Cabang Pati). Universitas Diponegoro Semarang.
- Supriyati. (2012). Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi. Bandung: LABKAT.

V.Ike & A.Zainul.(2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kartu Prabayar Simpati. Jurnal Administrasi Binsis.

W.Hari. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan *E-Commerce* Tercepat di Dunia. Databoks

W.Yosafat Diva Bayu.(2020). Viral Netizen Ungkap Kecurangan Shopeee 11.11, Pantas Iphone Cepet Ludes. Hops.id

