

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, R., Marheni, T., & Saputri, E. (2019). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Nmax Di Kota Bandung the Effect of Brand Equity on Purchase Decisions of Yamaha Nmax in Bandung City*. 6(2), 4233–4241.
- Afrian, M. rizky. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap keputusan pembelian produk online di shopee*. Universitas Sriwijaya.
- Arifin. (2017). “*Pengaruh Beban Pemasaran, Beban Operasional Dan Utang Terhadap Laba Pt Telekomunikasi Indonesia, Tbk.*”
- Ariyantini, M. D. (2017). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Staphylococcus aureus Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*. Skripsi.
- Damayanti, C. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk “Supermi” di Kecamatan Genuk Semarang)*. Universitas Negeri Semarang.
- Desti, A. (2019). *Efektivitas Ulasan Konsumen marketplace “shopee” dalam memengaruhi keputusan pembelian*. Universitas Sriwijaya.
- Devi, L. kurnia intan. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Hadya Jayani. 2020. *Shopee, E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020* [internet].[diunduh 2020 November]. Tersedia pada : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>
- Jayani Dwi. 2019. *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019* [internet].[diunduh 2019 Oktober]. Tersedia pada : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>

- Muslim, S. A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dan Brand Image Idol K-pop Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Perusahaan E-commerce Tokopedia)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwasih, K. (2019). *PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2016-2018 IAIN Purwokerto)*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Panjaitan, SE, Ak, M. R. (2019). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Quswa, L. N., & Bastian, H. (2020). Perancangan Media Promosi dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sirup Pala Banaran Group Product. *Jurnal Citrakara*, 2(01), 49–71.
- Rahma Ellyta. 2020. 12 Juta Produk Terjual Hanya dalam 24 Menit di Shopee [internet].[diunduh 2020 Desember]. Tersedia pada : <https://www.marketeers.com/12-juta-produk-terjual-hanya-dalam-24-menit-di-shopee/>
- Ridlo Arrozaqhi M. 2020. Promosi Telemarketing Paket Wisata Pada PT. Blutama Imawangi
- Reza Alvian. 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha NMAX Di Kota Bandung
- Syafri, Edi; Endrizal, N. (2013). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tyas, S. A., & Hartelina. (2021). YUME : Journal of Management Pengaruh Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 187–196. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Yudhika. 2019. *E-Commerce dan Perkembangan Pajak yang Mengaturnya di Indonesia* [internet].[diunduh 2019 Januari]. Tersedia pada :

http://kjayudhikajogja.blogspot.com/2019/01/e-commerce-dan-perkembangan-pajak-yang_24.htm

