

DAFTAR PUSTAKA

- Akila. (2017). *Pengaruh Insentif dan Pengawasan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada CV. VASSEL PALEMBANG*. Jurnal Ecoment Global.
- Anang, F. (2019). *Dasar dan Konsep Marketing*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Ansori, M. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arnanda, A. A. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Tokopedia (Studi pada BTS sebagai Brand Ambassador)*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.
- Association, A. M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Bukalapak. (2020). Retrieved from Bukalapak: <https://www.bukalapak.com/>
- Chasun, S. D. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Zoya Lamongan*. Skripsi pada Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Clarisa. (2020). *Pengaruh Viral Marketing Secondate Beauty Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi pada Universitas Multimedia Nusantara Banten.
- Databoks.katadata.co.id. (2021). Transaksi E-Commerce Indonesia. Diakses pada 02 Agustus 2021. <https://databoks.katadata.co.id/search/cse/Transaksi%20E-Commerce%20Indonesia/relevance/0>
- Fadila, W. I. (2020). *Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Kreatif Industri Nusantara.
- Farhan, M. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen di RM Manjabal 2 Pasteur*. Jurnal pada Universitas Widyatama Bandung.
- Fauzan, A. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty Smartphone Merek HTC*. Jurnal pada Universitas Padjadjaran Bandung.
- Fernanda, M. F. (2020). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bukit Pelayangan Resto*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung
- Firmansyah, A dan Mahardika, Budi W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.

- Harmayani, D. M. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasnizam Shaari, S. M. (2017). *The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust An: Emparicil Study*. Retrieved from researchgate.net.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (kualitatif, kuantitatif, dan mix method)*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Ismail Nurdin, S. H. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Ismail, B. T. (2020). *Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi): Suatu Pedoman*. Klaten: Lakeisha.
- Kanthiah Alias Deepak, J *et al.* (2019). *Marketing Management*. New Delhi: Educreation Publishing
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)*. Retrieved from neliti.com
- Mohamad Fatikhyaid, N. R. (2019). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung*. Skripsi pada Universitas Islam Malang.
- Musa, M. I. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar*. Skripsi pada Universitas Negeri Makassar.
- Noverri Putra, N. C *et al.* (2018). *Analysis the Effectiveness Instagram Advertising of Steeze's Clothing Product Using Epic Model and Influence on Consumers Buying Interest*. Retrieved from ijsrt.com
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press.
- Ovan, A. S. (2020:4). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Rizaldi, F. A. (2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Ikan Sarden ABC PT Heinz ABC Indonesia (Setelah Adanya Kasus Parasit Cacing Pada Produk Ikan Sarden ABC)*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung
- Rosdiana, S. (2020). *Pengaruh Harga, Keanekaragaman Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Shopee*. Jurnal pada Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang.
- Rumindo. (2019). *E-COMMERCE: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Safei, I. N. (2020). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Brand Image Markobar Pada Konsumen*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung
- Santoso, S. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label*. Skripsi pada STIE Dewantara Bogor.
- Sari, I. N. (2021). *Pengaruh Promosi di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kripik_Belings*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.
- Silaningsih, E. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan*. Skripsi pada Universitas Djuanda Bogor
- Solihin, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Retrieved from jurnalmandiri.com
- Sudarso, A. (2020). *Manajemen Merek*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sukri, S. A. (2020). *Basic Marketing Strategy* . Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- Triyono, W. d. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.