

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfan, A. (2019). "Karakteristik dan Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Melalui E-Commerce". *Jurnal Balance*, vol. 16, no. 1, pp. 19-30.
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. (2016). "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com". *E-Proceeding Of Management*, vol. 3, no. 2, pp. 1880-1887.
- Baskoro, R. (2014). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, vol. 5, no. 2, 412-435.
- Bawono, A., Isanawikrama, Arif, K., & Kurniawan, Y. (2018). "Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Belanja Online". *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, pp. 131-144.
- Cholifah, N., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image". *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 36, no. 1, pp. 170-177.
- Fildzah, N., & Sari, D. (2017). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco di Media Sosial Instagram". *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, vol. 11, no. 2, pp. 99-112.
- Firdaus, S., Mariyudi, & Zulkarnaen, T. (t.thn.). "Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Mahasiswi yang Berbelanja Online di Kota Banda Aceh". *Jurnal Manajemen Indonesia*, 69-117.
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Telkom". *Bisnis dan Iptek*, vol. 10, no. 2, 81-94.
- Indrawati. (2017). *Perilaku Konsumen Individu*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kuspriyono, T. (2017). "Pengaruh Kualitas Informasi Web dan Kualitas Layanan Online Terhadap Citra Bukalapak.com". *Jurnal Perspektif*, vol. 15, no. 1, pp. 56-62.
- Kuspriyono, T. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi Web Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Citra Bukalapak.com. *Jurnal Perspektif*, vol. 15 no. 1, 56-62.
- Mileva, L., & Fauzi, A. (2018). "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 58, no. 1, pp. 190-199.
- Nazarudin, H., & Pela, Y. (2016). "Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs D'BC Network Orifline". *Jurnal Bisnis & Manajemen*, vol. 2, no. 2, 112-121.
- Pradiani, T., & Ningtyas, D. (2017). "Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk". *AKADEMIKA*, vol. 15, no. 2, 73-78.
- Pudjihardjo, M., & Wijaya, H. (2015). "Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Pemasaran di Media Sosial". *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, vol. 3, no. 2, pp. 364-379.
- Rismalasari, Slamet, A., & Hatneny, A. (2020). "Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Three Second Malang". *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, vol. 9 no. 7.
- Santosa, A., Bintari, V., & Hamzah, R. (2019). "Peran Kepercayaan dan Brand Image dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online di Instagram". *Jurnal Ekonomi Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 60-68.
- Santoso, S. (2015). *Penelitian Kuantitatif, Metode dan Langkah Pengolahan Data*. Ponorogo: Umpo Press.
- Silalahi, R., & Sahara. (2017). "Pengaruh Information Quality dan Trust Terhadap Buying Decision Secara Online". *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, vol. 5, no. 2.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore". *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 5, no. 7, pp. 4016-4043.

- Tanjaya, S., Mananeke, L., & Tawas, H. (2019). "Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape di Instagram". *Jurnal EMBA*, vol. 7, no. 4, pp. 4935-4944.
- Tjondrokoesoemo, M. (2017). "Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 3, 287-295.
- Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion di Lazada". *AGORA*, vol. 6, no. 2.
- Wijaya, S. (2020). "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour". *AGORA*, vol. 8, no. 2.
- Wijayanto, H. (2013). "Pengaruh System Quality terhadap User Satisfaction pada Implementasi Sistem Informasi Manajemen dengan Pendekatan DeLone and McLean Information System Succes Model". *Multitek Indonesia*, vol. 7, no. 1, pp. 74-84.
- Wijayanto, H., Haryono, T., & Estu, H. (2018). "The Influence Of Quality Information Toward User Satisfaction of Enterprise Resource Planning With Top Management Support As Moderating Variable". *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 203, 206-210.
- Wulandari, D., & Oktafani, F. (2017). "Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike". *Jurnal Computech & Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 47-58.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 4, no. 11, 3909-3935.