

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2007). Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu), Jilid I, edisi Terjemahan. Jkarta: Erlangga.
- A.L, Putri, dan A.T, Ferdinand (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko Dan Harga Ko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko H
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Abzari. (2014). Analisis Pengaruh Media Sosial pada Sikap merek dan minat beli konsumen. *Jurnal sosial dan ilmiah*, 1(43), 822-830.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Alghifari, A. Y. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, 15(2).
- Amanda, Livia, et. al. 2019. Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND. Vol. 08, No. 01, Hal. 179-188*
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). *The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on YouTube Toward Purchase Intention by Undergraduate Student in Indonesia. International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science Journal.*
- Andika Surya Bagaskara, 2018. Analisis Pengaruh Program Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Produk HP Samsung (Penelitian di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta). *JURNAL*
- Andreas Wijaya. 2019. Metode Penelitian Menggunakan Smart Pls 03. Yogyakarta: Innosain
- Anggraini, F., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2016-2019 Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 992-998. <https://doi.org/10.26740/jptn.v8n3.p992-998>
- Banjarnahor, A. R., et al., Manajemen Komunikasi Pemasaran. 2021. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Creswell, John W. 2016. Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif,

- Kuantitatif dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu). Yogyakarta : Pustaka pelajar
- D. Durianto, Dan Liana. C. (2004). PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI. *Ekonomi Perusahaan*, 31-32.
- Daulay, N. (2020). Pengaruh online *customer review* dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian melalui marketplace shopee (studi pada masyarakat kecamatan medan labuhan). <http://teknonisme.com>
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang
- Ginting, S. S. (2019). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Implusif secara Online (Studi Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Kecamatan Pancur Batu). *Skripsi: Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3e)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Handayani. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi. *UG Jurnal*, 15(April), 58–66.
- Harnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPFE.
- Hussein, A.S. 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Janna & Herianto (2021) 'Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS'. doi:10.31219/osf.io/v9j52
- Khammash, M. (2008). *Electronics Word-Of-Mouth: Antecedent of reading customer reviews in on-line opinion platforms : A Quantitative Study From the UK Market. ADIS International Conference*.
- Kotler & Keller, 2016:84). Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.) (Global Edition Pearson Education Inc (ed.); 15th ed)*.
- Kotler dan Keller, (2012). *Marketing Management Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, Bowen, dan Makens. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing. 11th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, P., & Kevine Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke 1)*. Erlangga.

- Kurniawan, J. (2021). Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(1), 12-16.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviws Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2). <https://doi.org/10.26740/jptn.v6n2.p%0p>
- Li, Na and Zhang, Ping, "Consumer Online Shopping Atitudes And Behavior: An Assessment Of Research" (2002). *Amcis 2002 Proceedings. Paper 74*. <http://aisel.aisnet.org/amcis2002/74>
- Ni Wayan Widhiasthini : 2020 *The effect of experiential marketing, social media marketing, and brand trust on repurchase intention in Ovo applications, Denpasar, Scientific and Literature Open Access Publishing.*
- Putra (2021:14) Putra, Mahpriza, Mahasiswa Fakultas, Universitas Malikusaleh, Dosen Fakultas, Universitas Malikusaleh, and Corresponding Author, 'Pengaruh Kemudahan , Kepercayaan Dan Keamananan Pengguna Media Sosial Whatsapp Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Malikussaleh Di-Lhokseumawe'.
- Sekaran & Bougie, (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach Seventh Edition. United States of America : Wiley*
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D. Alfabeta : Bandung.*
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya*
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh *online consumer review* oleh *beauty vlogger suhay salim* terhadap proses keputusan pembelian produk *freeman feeling beautiful facial masks*. *EProceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Zhang, L., Tan, W., Xu, Y. & Tan, G. (2012). "Dimensions of Consumers" Perceived Risk and Their Influences on Online Consumers" Purchasing Behaviour", *Communications in Information Science and Management Engineering*, 2(7): 8-14.