

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nizar Rangkuti. (2014). *Metode penelitian Pendidikan*. Cipta pustaka media.
- Ardyanto. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. (survey pada www.petersaydenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(22), 1–20.
- Arifah, S. N. (2019). *Pengaruh Product Design dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Rabbani Cabang Gayamsari Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- BPS. (2022). *Kota Banjarmasin Dalam Angka*. BPS Kota Banjarmasin.
- Danang, F. (2021). Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen BliBli.com Pada Pengikut Akun Twitter @blibli.com. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 206–218.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Elidawati Purba. Dkk. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, A. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 16–22. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Gardner, B. G., & Levy, S. . (1995). The Product and the Brand. *Harvard Business Review*, 33–39.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program (IBM SPSS) Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 2(9), 1–12.
- Kotler, A. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Global (Bahasa Ind)*. Prenhalindo.
- Kumba Digdowiseiso. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. LPU-UNAS.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- Militina, T. (2014). Pengaruh Elektronik Commerce Terhadap Keputusan Konsumsi Membeli Produk Pakaian di Bunda Cinta Shop. *Jurnal Untag*, 2(5), 1–10.
- Philip, K. (1986). *Marketing Management : Analysis, Planning, and Control*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ,.
- Reynolds, T. J., & Gutman, J. (1984). Advertising is Image Management. *Journal of Advertising Research*.
- Ryan Hafiyana Azmi, & Satya Indra Karsa. (2022). Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian Konsumen saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 35–39. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i1.816>
- silaen, elsa, prabawani, W. (2019). *PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina*. 1–9.
- Sugiyono. (1998). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Utami, S. A. R., & Ratna, N. W. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Product Quality Terhadap Purchasing Decision Produk Lipstik Wardah Di Kota Sukabumi. *CAKRAWALA - Repositori IMWI*, 2(2), 40–49.