

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Ma'ruf. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). Aswaja Pressindo.
- Adriani Faradita, P., & Widjajanti, K. (2023). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(2), 543–554.
- Agustiyansyah, A. (n.d.). *Lampiran analisis pengaruh faktor emosional dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online (Studi Kasus Konsumen Lazada Di FEB UMY)*.
- Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 2).
- ASTUTI, D., & SALISAH, F. N. (n.d.). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)*.
- Bella Fidanty Shahnaz, N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (n.d.). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO ONLINE. *Management Analysis Journal*. <http://maj.unnes.ac.id>
- Bisnis Angkatan, A. (n.d.). *ANALISIS TINGKAT LOYALITAS MEREK PADA CLOTHING ERIGO DENGAN MENGGUNAKAN METODE Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Pada Pengguna Clothing Erigo Mahasiswa/i aktif Program Studi)*.
- Cornellin, E., & Paramita, S. (n.d.-a). *Komunikasi Pemasaran Brand Lokal Kepada Masyarakat Indonesia (Studi Terhadap Beras Sikoki)*.
- Daga, R. (2017). *Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Dan, K. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
DasarDasarMetlit_original. (n.d.).
- Diyatma, A. J. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAKA BISTRO & BAR THE INFLUENCE OF PRODUCT PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TOWARDS PURCHASING DECISION IN SAKA BISTRO & BAR*.

- Fabella, N. H. T. (2022). *PENGARUH MEREK LOKAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PAKAIAN DI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH (Studi Pada Konsumen Pakaian The Executive Kota Bandar Lampung)*.
- Fadhilah, R. (n.d.). *PENGARUH E-COMMERCE*.
- Fakultas, M. /, & Dan Ekonomika, B. (n.d.). *Mahasiswa di Surabaya Mega Melina Dewi*.
www.banyumurti.my.id
- FARKI, A., BAIHAQI, I., & WIBAWA, B. M. (n.d.). *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*.
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021a). PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN DI E-COMMERCE. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21.
<https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Firdayanti, R. (2012). *Journal of Social and Industrial Psychology PERSEPSI RISIKO MELAKUKAN E-COMMERCE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FASHION ONLINE Restika Firdayanti * Info Artikel*.
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Firza Harfiansyah, M., & Djuwita, A. (n.d.). *MOTIF PENGGUNAAN BRAND LOKAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL MOTIVES OF USING LOCAL BRANDS AMONG THE MILLENNIAL GENERATION*.
- Fitriana, R., Chadhiq, U., Manajemen, J., Ekonomi, F., Wahid, U., & Semarang, H. (n.d.-a). *Pengaruh E-Commerce dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*.
- Indrasari, M (2019)., *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.
- Indriyani, R., Suri, A., Manajemen Bisnis, P., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Korespondensi, P. (n.d.). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA PRODUK FAST FASHION*.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Kristi, C. Y., & Kurniawati, M. (n.d.-a). *Pengaruh Nama Merek Pada Nilai Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Citra Daerah Dan Niat Beli*.

- Kurniawan, R., & Marwah A'shifa Nurlail, A. (2023). The Effect Of Social Media Advertising And Endorsement On Consumer Purchase Behavior At Brand Delblack Pengaruh Social Media Advertising Dan Endorsement Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Brand Delblackid 2 *Corresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Muhammadiyah Manajemen Bisnis, J., Rajab, A., Nora, L., Manajemen, J., Ekonomi Dan Bisnis, F., Muhammadiyah Jakarta Jl Ahmad Dahlan Cirendeu, U. K., Kunci, K., Produk, K., Konsumen, K., & Konsumen, L. (2021). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta PERAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENENTUKAN PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN*.
- Mustikasari, A. (2020b). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Food Court UNY)*. XIII(1).
- Ningsih, E. S. P. (n.d.). *PENGARUH RATING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE*.
- Nuraini, D. (2019a). ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BAJU SECARA ONLINE DAN OFFLINE Evianah. In *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* (Vol. 15, Issue 2). <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-4->
- Nuraini, D. (2019b). ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BAJU SECARA ONLINE DAN OFFLINE Evianah. In *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* (Vol. 15, Issue 2). <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-4->
- PENGARUH ONLINE BRAND ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS BELANJA ONLINE*. (n.d.).
- Psikologi, J. (2012a). *Journal of Social and Industrial Psychology PERSEPSI RISIKO MELAKUKAN E-COMMERCE DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FASHION ONLINE Restika Firdayanti * Info Artikel*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).

Putra M, Albant M, Sari L, Sanjaya. (2020). *PENGARUH PROMOSI, FASHION INVOLVEMENT, DAN SHOPPING LIFE STYLE, DAN IMPULSE BUYING DI E-COMMERCE SHOPEE*

Putri, R. F., Fitriani, E. W., & Sartika, H. (n.d.-c). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ERIGO STORE BRAND FASHION LOKAL INDONESIA YANG MENDUNIA*.
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>

RALI, M. (n.d.). *Tabel Kisi-kisi Instrumen Kualitas Produk*.

Safa, N., & Alyaa, N. (n.d.). *SKRIPSI Motivasi Mahasiswa Tata Busana Universitas Negeri Jakarta dalam Mengikuti Seleksi Program Mahasiswa Wirausaha (PMW)*.

Sebagai, D., Satu, S., Untuk, S., Gelar, M., Teknik, S., Jurusan, P., & Industri, T. (2013). *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (Studi Kasus : Minimarket GARUDA Pekanbaru) TUGAS AKHIR*.

Setiawan, E. (n.d.-a). *ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK FASHION LOKAL DAN IMPOR*.

SKRIPSI PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA MELAKA WEDDING ORGANIZER PEKANBARU. (n.d.).

SOETANTO, J. (n.d.). *Jeffrey Soetanto LAMPIRAN*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.

Tahir, S. A. (n.d.). *PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HOTEL DENPASAR MAKASSAR*.

Taufiqurrachman. Cara Hitung Kusioner Pada Skala Likert.

Cara Hitung Kuesioner Pada Skala Likert | My Blog | Drs. Taufiqurrachman, M.Si (saintekmu.ac.id)

Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Klaten, S., Dimensi-Dimensi Kemudahan Penggunaan, P., Persepsi Risiko Terhadap Niatan Untuk Berbelanja Dari Aplikasi E-Commerce, D. B., Masa Pandemi, D., Fatah, K., Dwi Andayani, T., Akuntansi, S., Ekonomika dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan, U. (n.d.-b). *Covid 19 (Studi Kasus Dikota Pekalongan)*.

Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI* (Vol. 12, Issue 2).

WALPOLE, HUGH. (2022). *DARK FOREST (CLASSIC REPRINT)*. FORGOTTEN BOOKS.

Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. In *JURNAL INFORMATIKA UPGRIS* (Vol. 4, Issue 1).

Wijanarko, A. A. (n.d.). *Branding: Konsep dan Studi Merek Lokal*.

<https://www.researchgate.net/publication/352471771>

