

## **Daftar Pustaka**

- Andrew, G. (2011). *101 jurus rahasia membangun bisnis hebat dengan cara cerdas,mudah dan cepat.* jakarta: tangga pustaka.
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34. Retrieved from <https://osf.io/preprints/inarxiv/tc2fe/>
- Cahya, H. (2018). *PENGARUH TESTIMONIAL DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TOKO QUEENA HIJAB SAMARINDA.* 6(4), 1384–1398.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Dr.Riduwan, M. B. . (2016). *Dasar-dasar statistika* (empat bela). Bandung: cv Alfabeta.
- Fahrevi, S. R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No(3), 1–15.
- Fandy, tjiptono. (2011). *pemasaran jasa.* malang: banyumedia.
- Ghazali, I. (2011). *analisis multivariate dengan program SPP* (ketiga bel). semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Hariyanto, H. T. &, & Trisunarno, L. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), 234–239.
- Indrasari, D. meithin. (2019). *pemasaran&kepuasan pelanggan* (pertama). surabaya: unitomo press.
- J.Setiadi, N. (2003). *perilaku konsumen:persepektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen edisi revisi.* jakarta: kencana prenada media

- group. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?id=HdxDDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true)
- Kotler, philip, & Keller, K. lane. (2009). *manajemen pemasaran* (ketiga bel). jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, K. L. (2003). *strategic brand management: building, measuring and managing brand equity* (2 th). new jersey: prentice hall.
- Kotler, P. (2002). *manajemen pemasaran* (milenium). jakarta: salemba empat.
- Kotler, P. (2012). *manajemen pemasaran persepektif asia* (pertama). yogyakarta: andi.
- Kuswani, R. A., & Fuady, M. E. (2019). *Hubungan antara Testimoni Pelanggan di Media Sosial dengan Keputusan Pembelian Produk.* (X), 477–484. Retrieved from <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/23114>
- Lee, M., & Carla, J. (2007). *prinsip-prinsip pokok periklanan dalam persepektif global.* jakarta: kencana media grup.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2006). *manajemen pemasaran jasa.* jakarta: salemba empat.
- Ningrum, mega siti, & Ratih, T. (2018). pengaruh ijkan testimoni terhadap keputusan pembelian(survey pelanggan klinik vanela beauty care cimareme padalarang). *Prosiding Manajemen UNISBA*, 4(1), 275–276.
- Peter, J. pau., & C.olson, J. (2013). *perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (9th ed.). jakarta: salemba empat.
- philip kotler, & Keller, kevin lane. (2016). *manajemen pemasaran* (13th ed.). jakarta: erlangga.
- philip kotler, & Keller, K. lane. (2005). *manajemen pemasaran* (kesebelas). jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Polla, febriano clinton, Mananeke, L., & Taroreh, rita N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>

- Pratama, yoga endhi, Sudarwati, & Istiqomah. (2019). KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE DI SURAKARTA DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN KEPERCAYAAN. *Edunomika*, 03, 445–453.
- Pratiwi, M. Y., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 6(7), 1–19. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1745/1755>
- Rangkuti, F. (2009). *mengukur efektivitas program promosi & analisis kasus menggunakan SPSS*. jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rostianto, M. M. E.-M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.551>
- Schiffman, K. (2008). *perilaku konsumen* (7th ed.). jakarta: PT. indeks.
- schneider Bejamin, & White, S. S. (2004). *service quality:research persepectives* (Vol. 107). sage.
- Soewito, Y. (2013a). kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio. *Ekonomi*, 01(03).
- Soewito, Y. (2013b). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. *EMBA*, 1(3), 218–229.
- sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. bandung: alfabet.
- Sugiyono. (2012a). *metode penelitian administrasi dan R&D*. bandung: CV alfabet.
- Sugiyono. (2012b). *metode penelitian kualitatif dan kuantitatif*. bandung: alfabet.
- Sugiyono. (2012c). *metode penelitian kuantitatif dan da R&D*. bandung: cv alfabet.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. bandung: PT alfabet.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

- Sutrisno, H., & Chatterjee, S. (1986). Influential Observation, High leverage Points and Outliers in Linear Regression. *Statistical Science*, 1(3), 379–393.
- Tangka, G. C., Tawas, H. N., & Dotulong, L. O. H. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakulas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018 Analysis of the Effect of Work Environment, Leadership Style and Wo. *Jurnal EMBA*, 10(1), 383–392.
- Tjiptono, F. (2011). *strategi pemasaran*. yogyakarta: andi.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). *pemasaran strategik* (kedua). yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2011). *metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. jakarta: rajawali pers.
- Zeithaml, valerie A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *delivering quality services:balancing customer perceptions and expection*. united states of america: the free press.