

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin, *et.al.*, (2015) Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 21 No. 1.
- AG. Suyono, S. S. (2012). *Pertimbangan dalam membeli produk barang atau jasa*. Jakarta: Intidayu prrss.
- Agus Sriyanto & Aris Wahyu Kuncoro. (2019) Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018), *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* Vol. 8 No. 1 hlm. 21-34.
- Agusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Universitas Diponegoro. Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Anastasia Kara, (2016). Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia Di BBM Grup Terhadap Minat Beli Mahasiswa, *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* ISSN. 2442-6962 Vol. 5, No. 1.
- Aris Jatmika Diyatma. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *e-Proceeding of Management* : Vol.4, No.1, 175-179.
- Assael. 1992. *Consumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, & Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dede Solihin (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI*, Vol. 4, No. 1, 38-51.
- Durianto, D. (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan konsumen decision model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11 no. 1, 35-55.
- Fedianty A. & Widayati (2019) Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*. vol. 4 hlm. 1-20.
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gerry Budianto & Tony Antonio, (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Baju Tidur Relaxister Terhadap Minat Beli Secara Online. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* Volume 3, Nomor 4
- Ghozali, & Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 16.0* Universitas Diponegoro: Penerbit Semarang.
- Gujarati, D. (2003). *Basic Econometrics*. New York: Mc Grawhill.
- Guru Pendidikan. "Samhis Setiawan," Online. <https://www.gurupendidikan.co.id/> (diakses tanggal 29 Mei 2021).
- <http://quantypsy.org/sobel/sobel.htm>
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1 No.1, 127-138.
- Kartajaya, H. (2009). *Seri 9 Elemen Marketing on Service, Markplus & Co.*
- Kinnear, Thomas C, Dan Taylor, James R., (1995). *Riset Pemasaran*, Edisi Tiga, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong, & Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen. Edisi 14, Jilid 1*.
- Kotler, & Philip. (1992). *Marketing, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Armstrong. (2012). *Marketing Management 14th Edition New Jersey Prentice Hall*.
- Ria Yunita Dewi, *et.al.* (2017) Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com).
- Roswita Meme & Rafael Octavianus Byre. (2020) Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli Konsumen Roxy Swalayan Ende, Analisis Vol. 20 Tahun li Edisi. Hlm 1-13.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor:Galia Indonesia
- Swasta, Basu, & Sukotjo, I. (1993). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*. Yogyakarta: ANDI.

Wulan Octaviani. (2021). Pengaruh *Product Quality*, *Sales Promotion* Dan *Islamic Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus *Brand Naisha*).