

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H. (2013). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus: Pada PT Hero gas jaya Ponorogo). *Jurnal STIE Dharma Iswara Madiun Ekomaks*, 2(1).
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *MANAJEMEN DEWANTARA*, 1(1), 21-34.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Z. (2008). *Dasar Pnulisn Karya Ilmiah (Ed. 4)*. Grasindo.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Produk*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2014). Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. *Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang*, 1-15.
- Basyar, K., & Sanaji, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 8(2), 204-217.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Clow, E. K., & Donald, B. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication* (7th ed.). London: Pearson Education.
- Cooper, Donald, R., & Pamela, S. (2006). *Business Research Methods* (9th ed., Vol. 1). Jakarta: Media Global Edukasi.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi risiko melakukan e-Commerce dengan kepercayaan konsumen dalam membeli produk fashion online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1).
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Given, & Lisa, M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Sage: Thousand Oaks.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2), 195. doi:10.21009/JRMSI.009.2.02
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2), 194.

- Hendarsono, G. (2013). Analisa pengaruh Experiential marketing terhadap minat beli ulang konsumen cafe buntos 99 Sidoarjo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan, I., Santoso, S. B., & Dwiyanto, M. (2007). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang produk serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 4(2), 27-42.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 97-104.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Miftahul, J. L., & Bambang, P. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif. *Pendekatan Kuantitatif*, 8.
- Mohammad, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15(1), 127-134.
- Nasution, F. N. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect).
- Nasution, Mustafa, E., & Hardius, U. (2007). *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Nurvita, N. S. (2016, Oktober). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Bisnis dan Iptek*, 9(2), 145.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *MODUS*, 27(2), 163.
- Prasad. (2013). Brand Endorsement by Celebrities Impact Towards Customer Satisfaction. *African Journal of Business Management*, 7(36), 3630-3635.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014, Juli). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 2.
- Rehman, F., Nawaq, T., Khan, A., & Hyder, S. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image serta dampaknya Terhadap Brand Image serta dampaknya

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23, 1-7.
- Sari, M. P. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Lazada. co. id Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). Theoretical framework in theoretical framework and hypothesis development. *Research methods for business: A skill building approach*, 80.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015, September). Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer, Game Zone Mega Mall Manado. *EMBA*, 3(3), 300-311.
- Stephanie, E. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widyastuti, D. A., & Nugroho, M. R. (2018). Efektifitas Tagline #DijaminOri Terhadap Brand Awareness E-commerce JD.ID. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1(04), 211.
- Yulizar, A., & Prihatini, A. E. (2017). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus pada Mahasiswa Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 88-97.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015, April). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Ecodemica*, III(1), 312.