

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, I. L. (2019). Peran Brand Awareness dan Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Activity Terhadap E-wom dan Komitmen Pelanggan Tokopedia. *Telkom University*.
- Agmeka, F. (2019). The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in ecommerce. *The Fifth Information Systems International Conference 2019*, 851-858.
- Apriyani, T. (2020, February 10). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/yoursay/2020/02/10/162614/pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia>
- Ariesandy, P. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *Telkom University*.
- DH, L. M. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 58 No. 1 Mei 2018/*.
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Resiko Pada Hubungan Antara Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Minat Beli (Studi Pada Konsumen Kosmetik E-commerce di Solo Raya). *Komuniti, Vol. IX, No. 1, Maret 2017 p-ISSN: 2087-085X, e-ISSN: 2549-5623*.
- Imron, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu New Ayla (Studi Kasus Terhadap Konsumen di Kota Bandung Pada Tahun 2019). *Telkom University*.

- Iprice, T. R. (2020, April 30). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved from Iprice insight: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jauhari, M. T. (2019). The Impact Of Website Quality On Consumer Satisfaction and Purchase Intention (Study Case of E-Commerce Lazada Indonesia in Malang City). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 67 No. 1 Februari 2019*.
- Jayani, D. H. (2019, October 10). *Tren Pengguna E-Commerce Terus Tumbuh*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>
- karyati, D. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Nature Republic Aloe Vera di Bandung 2019. *Telkom University*.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Principle of Marketing (17th edition)*. USA: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Maulana, T. (2019). The Influence of Viral Marketing and Price Discounts Through Social Media Instagram To Purchase Decision On Marketplace Shopee. *Diskursus Ilmu Manajemen STIESA (Dimensia)*.
- Pramudya, A. K. (2018). The Role of Customer Trust in Mediating Influence of Brand Image and Brand Awareness of The Purchase Intention in Airline Tickets Online. *Journal of Applied Management (JAM) Volume 16 Number 2, June 2018*.
- Priansa, J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: alfabeta.
- Radzol, X. J. (2017). The Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. *Asian Journal of Business Research ISSN 2463-4522 e-ISSN 1778-8933 Volume 7, Issue 2, 2017*.
- Rosana, F. C. (2020, January 14). *Bukalapak dan JDID, E-Commerce 2019 Paling Banyak Dikomplain*. Retrieved from Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/1295124/bukalapak-dan-jdid-e-commerce-2019-paling-banyak-dikomplain>

- Rosian Anwar, W. A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2 Juni 2016*.
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia di Denspasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8, 2017: 4214-4239 ISSN : 2302-8912*.
- Setiawati, D. (2020). Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tix Id yang Dipengaruhi Oleh Social Media Marketing, Brand Image, dan E-Service Quality. *Telkom University*.
- Social, W. A. (2019, January 10). *Indonesia Digital 2019 : Internet*. Retrieved from websindo: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: 2018.
- Valensia Alvionita Wijaya, R. O. (2018). Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia). *Prologia EISSN 2598-0777, 531-537*.