

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2014). *Aker On Branding. 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Amarin, S., & Wijaksana T.I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37-52.
- Andrea, L. (2021). *10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia (April 2021)*. Retrieved from Databoks Katadata:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> (Akses : 23 Oktober 2021).
- Andrea, L. (2021). *Produk Fesyen Jadi Primadona di E-Commerce*. Retrieved from Databoks Katadata:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/produk-fesyen-jadi-primadona-di-e-commerce> (Akses : 23 Oktober 2021).
- Andrews, J., & Shimp, T. (2017). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications 10th Edition*. Boston, USA: Cengage Learning.
- Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest . *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis* , 3(1), 23-38.
- Appstore (2021). *Aplikasi Berrybenka*. Retrieved from Appstore.com: [Appstore.com/apps/berrybenka](https://www.apple.com/ios/app/apple-store/id1450276613?pt=25361&pt=25362&pt=25363&pt=25364) (Akses : 24 Oktober 2021).
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis : Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing : Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Gunawan, A. (2021). *7 Perbedaan Utama HP Android dan iPhone, Mau Pindah?* Retrieved from [idntimes.com: https://www.idntimes.com/tech/trend/arifgunawan/perbedaan-utama-hp-android-dan-iphone/3](https://www.idntimes.com/tech/trend/arifgunawan/perbedaan-utama-hp-android-dan-iphone/3) (Akses : 20 Desember 2021).
- Hidayat, A. A. (2020). *85 Persen Konsumen E-commerce Berasal dari Generasi Z dan Milenial*. Retrieved from [Bisnis Tempo: https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page_num=2](https://bisnis.tempo.co/read/1372514/85-persen-konsumen-e-commerce-berasal-dari-generasi-z-dan-milenial?page_num=2) (Akses :25 Oktober 2021).

- Hochman, A. (2021). *Top Shopping Free Apps Ranking*. Retrieved from Similarweb: <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/id/shopping/top-free/> (Akses : 8 November 2021).
- Hooley, G., Piercy, N., Nicoulaud, B., & Rudd, J. M. (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning Sixth Edition*. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Indonesia, I. (2017). *Eiq Insights: What Does Indonesia's Ecommerce Future Look Like In 2021?* Retrieved from E-Commerce IQ: <https://ecommerceiq.asia/indonesia-ecommerce-future/> (Akses : 29 Oktober 2021).
- Indrawati. (2017). *Perilaku konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Jayani, D. H. (2019). *Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023*. Retrieved from Databoks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> (Akses : 23 Oktober 2021).
- Kapur, P., & Kumar, U. (2018). *Quality, IT, and Business Operations*. In P. Kapur, & U. Kumar, *Quality, IT, and Business Operations* (p. 147). India: Springer.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fifth Edition*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P, & Keller, K.L. (2017). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Klikwarta. (2021). *'Top Mobile Application' Terbaik Sepanjang Tahun 2021, Apa Saja?* Retrieved from Klikwarta.com: <https://www.klikwarta.com/top-mobile-application-terbaik-sepanjang-tahun-2021-apa-saja> (Akses : 11 Desember 2021).
- Kristo, F. Y. (2020). *Riset Belanja Online: Wanita Lebih Sering, Pria Lebih Boros* . Retrieved from inet.detik.com: <https://inet.detik.com/business/d-5119985/riset-belanja-online-wanita-lebih-sering-pria-lebih-boros> (Akses : 1 Maret 2022).
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2017, 13th Edition*. New York: Pearson.

- Lee, G. G., & Lin, H.F. (2005). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33.
- Maliogusman, D., & Silmi Fauziati, R. (2017). Komparasi Usability Pada Mobile App E-Commerce Fashion Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi Universitas Gadjah Mada*.
- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Nurfadilah, P. S. (2018). *Penggunaan Aplikasi Mobile untuk Belanja Online Terus Meningkat*. Retrieved from Ekonomi Kompas: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/13/084100326/penggunaan-aplikasi-mobile-untuk-belanja-online-terus-meningkat> (Akses : 29 Oktober 2021).
- Playstore. (2021). *Aplikasi Berrybenka*. Retrieved from Playstore.com: [Playstore.com/apps/berrybenka](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.berrybenka) (Akses : 26 Oktober 2021).
- Priansa, D. J. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Rahman, M. A., Abir, T., Yazdani, D. M. N., Hamid, A. B. A., & Al Mamun, A. (2020). "Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers". *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12, 4935-4946.
- Ribbink, D., Riel Van, V Liljander, & S Streukens. (2004). Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality*, 14(6), 446-456.
- Rubrik. (2022). *E-commerce Bakal Punya Tren Baru di 2022* Retrieved from beritakini.co: <https://beritakini.co/news/e-commerce-bakal-punya-tren-baru-di-2022/index.html> (Akses : 27 Mei 2022).
- Silfia, I. (2022). *ADB Prediksi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia akan Menguat pada 2022-2023*. Retrieved from Warta Ekonomi: <https://wartaekonomi.co.id/read405618/adb-prediksi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-akan-menguat-pada-2022-2023> (Akses : 26 Mei 2022).
- Setiawati, D., & Madiawati, P. N. (2020). "Consumer Purchase Intention On Tix Id Influenced Social Media Marketing, Brand Image, And E-Service Quality". *Jurisma : Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 1-10.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- _____. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Utami, L. R. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta: Start Up.
- Swastha, D. B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tsabitah, N., & Anggraeni, R. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Purchase Intention of Local Fashion Brand “This Is April”. *Kinerja Volume 25, No. 2, 2021 Page. 234-250*.
- Ulya, F. N (2021). *Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline*. Retrieved from Money Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline> (Akses : 30 Oktober 2021).
- Wicaksono, I. A., & Darmo, I. S. (2018). "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *Purchase Intention* Dengan E-Wom dan *Perceived Value* Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan 1(2)*.
- Yulianingsih, A. , & Oktafani, F. (2020). "Pengaruh Brand image dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.com". *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi), 4(2)*, 60-72.
- Zahra, N. F. (2021). "Pengaruh Brand Image, Online Review, Dan Perceived Trust Terhadap Purchase Intention Produk Fashion Di Shopee Pada Kalangan Konsumen Milenial Di Jakarta". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 9(2)*.