

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi. 2018. "Hak Cipta Dan Penggunaan Kembali : Lisensi Ini Mengizinkan Setiap Orang Untuk Menggubah , Memperbaiki , Dan Membuat Ciptaan Turunan Bukan Untuk Kepentingan Komersial , Selama Anda Mencantumkan Nama Penulis Dan Melisensikan Ciptaan Turunan Dengan Syarat Ya." *Journal of Experimental Psychology: General* 136(1): 23–42. <http://kc.umn.ac.id/5548/1/BAB II.pdf>.
- Ahmad Suryana. 2017. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian Kualitatif* (17): 43. <http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf>.
- Ali Hasan (2018). 2020. "Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1." *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12(2004): 6–25.
- Effendi, Syahrul, Faris Faruqi, Maya Mustika, and Rudi Salim. 2020. "Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif Pada Aplikasi Shopee." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 17(02): 22–31.
- Ekawati, Etik, N Rachma, and Budi Wahono. 2020. "Pengaruh Hedonic Shopping Motives, Lifestyle, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 9(10): 177–91.
- Ferdani, Ayu. 2016. "Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Penerapan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pasien Umum Rawat Inap Di Rumah Sakit Paru Dungus Madiun Tahun 2017."
- Inkha Rhosyada, Via. 2021. "Pengaruh Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kenyamanan Penumpang Di Bandar Udara Internasional Banyuwangi." *Jurnal Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta.*: 6–22.
- Kusnanto, Danang, Riska Ayu Oktaviany, and Rida Rahma. 2020. "Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang." *Jurnal Ecoment Global* 5(1): 40–47.
- Liantifa, Melifia. 2018. "Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Peran Citra Merek Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Ekonomi Sakti* 7(2): 1–12.
- M.Sesaria. 2020. "Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1." *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* (2004): 6–25.
- Manik, Desma Erica Maryati. 2018. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan

- Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Astra Internasional-Medan.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2(3): 91–96.
- Nurmanah, Ima, and Edi Suswardji Nugroho. 2021. “Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak.” *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen* 5(1): 11.
- Onsardi, Onsardi, Sri Ekowati, Ade Tiara Yulinda, and Megawati Megawati. 2022. “Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu.” *Creative Research Management Journal* 5(2): 10.
- Pranggabayu, Bargas, Dra Anik, and Lestari Andjarwati. 2022. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsophere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza).” 1(6): 951–66.
- Putri Melinda, Puput. 2020. “Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart.” *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*: 16–17.
- Ramadan, Fitra, and Haeruddin Hafid. 2021. “Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace The Influence of Online Customer Reviews and e-Service Quality on Purchasing Decisions through the Marketplace.” 23(3): 405–12.
- Ramadani, Nita Astria. 2022. “Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Dan E-Trust Pengguna Bsi Mobile (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 2).” *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12(2004): 6–25.
- Sari, Rahayu Mutia. 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara).” *Maulya Alfika* (2004): 6–25. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7248>.
- Setiawan, Onny et al. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di PT Asaba Pekanbaru The Effect of Product Quality, Price And Relationship Marketing on Consumer Purchase Decisions at PT Asaba Pekanbaru.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 1(1): 64–77. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Simamora, Solavide, Marto Silalahi, Nana Triapnita Nainggolan, and Vivi Candra. 2019. “Pengaruh Harga Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ud Sentral Jaya Pematangsiantar.” *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7(2): 62–72.
- Sriwindarti. 2020. “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan

Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Transportasi Online GrabBike Di Ponorogo.” *Universitas Muhammadiyah Ponorogo* 1(1): 1–171. <http://etd.eprints.ums.ac.id/14871/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cell.2017.12.025%0Ahttp://www.depkes.go.id/resources/download/info-terkini/hasil-risikesdas-2018.pdf%0Ahttp://www.who.int/about/licensing/%0Ahttp://jukeunila.com/wp-content/uploads/2016/12/Dea>.

Suparyanto dan Rosad. 2020. “Pengaruh Pemasaran Relasional, Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Toko “ Sumber Rejeki “ Bungkal Ponorogo).” *Suparyanto dan Rosad (2015* 5(3): 248–53.

Syafri, Hanifah, and Eri Besra. 2019. “Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying (Survey: Pada Konsumen Kosmetik Transmart Kota Padang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4(4): 786–802. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>.

Utami, Sri. 2019. “Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Program Kelompok Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskikan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo.” *Skripsi* 8(9): 1–58. [http://repository.upm.ac.id/547/6/BAB III SRI UTAMI.pdf](http://repository.upm.ac.id/547/6/BAB%20III%20SRI%20UTAMI.pdf).

Vandiah, Hanarys. 2022. “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Celebrity Endorses Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Stei 2018 Yang Berbelanja Di E-Commerce).” *Bab III Metode Penelitian*: 1–9.

Wahyuni. 2019. “Pengertian Skala Likert.” *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me: 1–9.

Widiyatuti, Eka. 2020. “Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Payment Terhadap E-Repurchase.” : 10–33.

Williianti. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa.” *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12(2004): 6–25.