**DAFTAR PUSTAKA**

A.Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Promosi*. Salemba Empat.

Aeker, D. . (2014). *Manajemen Ekuitas Merek* (Spektrum (ed.)).

Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer’s Buying Decision of MPV Cars.* *European Scientific Journal, ESJ*, *14*(13), 228. zhttps://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228

Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.

Baum, feigen A. V. (2012). *kendali Mutu Terpadu* (3rd ed.). Erlangga.

Damanik, H. M., Purba, M. L., & Samosir, H. E. S. (2021). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pakaian (Studi Kasus Pada Shopee)*. *JURNAL ILMIAH KOHESI Vol. 5 No. 3 Juli 2021*, *5*(3), 106–111.

frendy. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Istiatin, Mursito, B., & Sudarwati. (2019). *Metodologi Penelitian*. UNIBA pres.

kevin lane, K. (2013). *Strategi Branf Management( Building, Measuring and Managing Brand Equity* (global 4 e). United states: Pearson.

Kolter, P., & Gary Amstrong. (2015). *Marketing an Introducing Prencite Hall* (12th ed.). Pearson Education, Inc.

Kolter, P., & keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Erlangga.

Kolter, P., & keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kolter, P., & kevin lane, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentiene-hall Published.

Nasution, S. L., Nasution, C. H. L., & Ramadhan, D. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. *7*(1), 43–53.

Prof. Dr Sugiono. (2019). *metodo penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (ke 2). Alfabeta.

Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). *Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang )*. 978–979.

Setiyawati, N., Lestari, B., Niaga, A., & Malang, P. N. (2021). *Pengaruh Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Ajaran 2017 )*. 17–20.

Soltani, iraj. (2016). *Providing the Applicable Model of Performance Management with Competencies*.

Surono, D. R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 150 CC Di Kabupaten Kebumen*. 1–11.

Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk , Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor*. *4*(2), 254–271. https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.

Widiyanti, W. (2017). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk , Citra Merek dan Media Iklan Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Ninebox.* *Cakrawala, Vol. XVII, No. 1, Maret 2017*, *XVII*(1), 41–50.

Yoeliastuti, Darlin, & Sugiyanto, E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee*. *10*(2), 212–223. https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425

Marketplace. *Sejarah Shopee Model Bisnis, dan Visi Misinya.*<https://pojoksosmed.com/marketplace/sejarah-shopee/>

Wikipwdia. *Shopee.* <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>