

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. A. T., Wardana, & Hermina, N. (2020). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Customers' Buying Interest of Alma'Soem Bottled Water. *Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17(5), 746–763.
www.swa.co.id,
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado*. 9(2), 663–674.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/38284/34957>
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2019). Analisis of the Influence of Promotion Strategy and Service Quality on Consumer Loyalty At Saung Wulan Restaurant. *Pengembangan Wiraswasta*, 21(01), 23–36.
- Clinton, B., & Wahyudi, R. (2020). *Sejarah 10 Tahun Xiaomi, Lahir Bernama Dami Hingga Termuda di Fortune 500*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/08/14/13140027/sejarah-10-tahun-xiaomi-lahir-bernama-dami-hingga-termuda-di-fortune-500?page=all>
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-centered Society - Japan's Science and Technology Policies for Addressing Global Social Challenges. *Cover Story Collaborative Creation through Global R&D TRENDS in Hitachi Review*, 66(6), 553–559.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Giuma Mahfud, M. A., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67.
<https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>
- Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International*

Journal of Multivariate Data Analysis, 1(2), 107.
<https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.10008574>

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*. Rajawali Pers.

Ikhsan, I., & Lestari, R. (2021). Pengaruh Promotion, Perceived Value, E- Service Quality, dan E-Trust Terhadap E-Repurchase Intention dan E-Loyalti Konsumen E-Commerce Tokopedia di Kota Banda Aceh. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 205–214.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/7848>

Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). SAGE Publications India Pvt. Ltd.
<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>

Keni, K., & Callista, C. (2021). Peranan Brand Image Dan Brand Credibility Dalam Meningkatkan Loyalty Intention Melalui Brand Commitment. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 94.
<https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.007>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). A framework for marketing. *Sloan Management Review*, 32, 94–104.

Kusuma, D. H., & H, C. M. S. (2021). Pengaruh brand image, kualitas produk dan desain produk terhadap minat pembelian sepatu trekkers di kebraon sport center surabaya. 2(2), 6–15.

Lin, Y. H., Lin, F. J., & Wang, K. H. (2021). The effect of social mission on service quality and brand image. *Journal of Business Research*, 132(June), 744–752. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.054>

Millward, S. (2014). *Xiaomi sells 26.1 million smartphones in first half of 2014, still on target for 60 million this year*. Techinasia.Com.
<https://www.techinasia.com/xiaomi-sold-26-million-phones-in-first-half-2014>

Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi*

Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran, 57–63.

Muntaha, U. (2021). the Influence of Service Quality on Online Shop Interested in Buying. *Bina Bangsa International Journal of Business and Management*, 5(May), 192–201.

Namduh, N. (2018). *Tokopedia Luncurkan Maker Fest*. Tirto.Id.
<https://tirto.id/tokopedia-bekraf-luncurkan-maker-fest-2018-cGhe>

Narotama Sunardi, P., Regita Sari, P., & Cahyani, R. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 302–315. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.833>

Nasution, I. Y., & Yunita, L. (2021). The Influence of Brand Image (Image Merek) on Case Study Consumer Buying Interest in the Saladbro's Restaurant , Bali. *Journal of Economics and Business (JECOMBI) ISSN*, 1(2), 186–192.

Nopriandi, N., & Verinita, V. (2021). The Effect of Brand Image, Product Features, and Social Influence on Buying Interest toward Realme Smartphone Products in Padang City. *Enrichment: Journal of ...*, 12(1), 728–735.
<https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/298>
<https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/download/298/224>

Novagusda, F. N., & Deriawan. (2019). Pengaruh Pemberian Label Halal, Citra Merek, Dan Kualitas Multivitamin Terhadap Minat Pembelian Konsumen Dengan Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Redoxon Di Jabodetabek). *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi Vol*, 1(3), 344–359.

Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109.
<https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>

- Philip, K., & Lane, K. K. (2012). *Marketing Management 14th ed.pdf*. Prentice Hall.
- Pratama, A., & Ardhy, J. (2017). *ANALISA PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI PERCEIVED VALUE PADA HOTEL X SURABAYA*.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi.pdf*. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa*, 1(2), 162–170.
- Rajagukguk, Y. P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra merek Terhadap Minat Pembelian laptop Asus Rog di Malang (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ramadhan, M. (2022). *Startup E-Commerce yang menyandang Status Unicorn*. Kompas.Com.
<https://www.kompas.com/wiken/read/2022/01/01/091500881/daftar-startup-yang-berstatus-unicorn-di-indonesia-tahun-2021?page=all>
- Ranti, S. (2022). *Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Edek Indonesia*. Tekno.Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all>
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya* (Vol. 148). Kita menulis.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e->

- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Kursus Bahasa Northern Light Education Center (Nlec) Bandung. *EProceedings of Applied Science*, 3(2), 521–527.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3856/3647>
- Sangadji, E. mamang, Sopiah, & WK, N. (2013). Perilaku Konsumen : Pendekatan praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. In *Andi. Andi*.
<https://doi.org/10.1038/s41379-020-0580-6>
- Sarstedt, M., & Christian M. Ringle, and J. F. H. (2017). Partial least squares structural equation modeling with R. In *Practical Assessment, Research and Evaluation* (Vol. 21, Issue 1).
- Schiffman, L., Leslie, L. K., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior.pdf*. Pearson Prentice Hall.
- Sinaga, R. P. Y. B., & Hutapea, J. Y. (2022). *Analisis pengaruh brand image, harga, dan review product terhadap keputusan pembelian skincare wardah pada mahasiswa unai*. 3(8), 12–25.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. FKIP UHAMKA. <https://drive.google.com/file/d/1PmjDtO5CGQjftV-Kbo2xwIJrEtkRH6l4/view>
- SofiYana, M. S., Sukhori, Aswan, N., Munthe, B., Wijayanti, L. A., Jannah, R., Juhara, S., SK, T., Laga, E. A., Sinaga, J. A. B., Suparman, A. R., Suaidah, I., Herman, & Fitriasari, N. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan.pdf*. Global Eksekutif Teknologi.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.

<https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>

- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). Metode Statistika Multivariat, Pemodelan Persamaan Struktural (SEM). In *Malang: Penerbit UB Press Series Di Kota Palu* (Vol. 2, Issue 7, pp. 34–46). Universitas Brawijaya Press.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif.pdf*. Deepublish.
- Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian(Dr. Sudaryono).pdf*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Metode Penelitian Bisnis Bandung* (p. 264). Alfabeta.
- Suryani, T. (2018). Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global - Google Books. In *Prenada Media*. Prenada Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Strategik_Bank_Di_Er/eaZeDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=promosi+bank&printsec=frontcover
- Tan, L., & Keni, K. (2020). Prediksi E-Wom dan Subjective Norm terhadap Purchase Intention: Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 765.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9590>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan, konsep, pengukuran, dan strategi.pdf*. ANDI.
- Toha, A. S. H., Saragih, D. S., Emha, E. F. B., Fauzi, M. L. Z., Ryamizard, R., & Hapsari, A. Y. (2022). *The Influence of Brand Image and Quality of Service on Consumer Buying Interest in Delivery Services PT Paxel Algorita Unggul "Paxel."* 23(1), 4228–4238.
- Tokopedia. (2022). *Tokopedia*. <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial(Edisi*

Ketiga).pdf. Bumi Aksara.

Xiaomi. (2022). *About Xiaomi*. Mi.Co.Id. <https://www.mi.co.id/id/about/>

Yusra, Y. (2017). *Tokopedia Rambah Layanan Fintech*. Dailysocial.Id.
<https://dailysocial.id/post/tokopedia-fintech>

