



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management (7th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2023). *Principles of Marketing (19th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (16th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nuryadi, S. P., Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2016). *Consumer Behavior & Marketing Strategy (Terjemahan Indonesia)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior (12th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Schindler, P. S. (2022). *Business Research Methods (14th Edition)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Solomon, M. R., & Russell-Bennett, R. (2020). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being (14th Edition)*. Harlow: Pearson.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi Terbaru)*. Bandung: Alfabeta.



Jurnal :

Alvarado-Karste, D., & Guzmán, F. (2020). *The Effect of Brand Identity-Cognitive Style Fit and Social Influence on Consumer-Based Brand Equity*. *Journal of Product & Brand Management*.

Kinasih, M. P., & Wuryandari, N. E. (2023). Pengaruh Price Discount, Pengetahuan Produk, dan *Time Pressure* terhadap *Impulse Buying* pada Fitur Shopee Live. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(05), 88–101.

Kusi, G. A., Rumki, M. Z. A., Quarcoo, F. H., Otchere, E., & Fu, G. (2022). *The Role of Information Overload on Consumers' Online Shopping Behavior*. *Journal of Business and Management Studies*, 4(4), 162–178.

Ma'rifah, I., Indah, B. R. W., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh *Marketplace* dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif pada UMKM D'Elixir. *Review: Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 349–356.

Putri, Diah Lisna. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Niat Beli sebagai Variabel Mediasi.

Puspaningrum, S., & Walujo, H. D. (2021). *Influence of Brand Image dan Pengetahuan Produk on Purchase Decision (Study on Consumers of Holland Bakery Pandanaran Semarang)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 2(3).

Sari, N., & Sitompul, S. S. (2023). *The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, Packaging and Product Knowledge on Purchase Decisions of Skintific Product on Pelita Indonesia Students in Pekanbaru*. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi)*, 3(1).

Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). *Developing Brand Identity and Sales Strategy in the Digital Era: Moderating Role of Consumer Belief in Brand*. *Journal of Business Research*, 179, 114689.

Tridivanti, F., & Harti. (2021). Pengaruh *Green Product Awareness* dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Green Body Care*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1104–1115.

Utomo, S. B., Nurhayaty, E., Harsono, P., & Susilo, E. (2023). Analisis Pengaruh *Country of Origin* dan Pengetahuan Produk terhadap Niat Pembelian melalui Evaluasi Produk. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7(4), 1317–1328.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Jurnal Ilmiah Multidisiplin Kwik Kian Gie (Institusional dan Informatika Kwik Kian Gie)



Sumber Online :

Digimind.id. (n.d.). 10 Kategori Produk Terlaris Shopee. Diakses dari <https://digimind.id/10-kategori-produk-terlaris-shopee/>

Investor.id. (n.d.). Hanasui Ramaikan Industri Kecantikan. Diakses dari <https://investor.id/lifestyle/304387/hanasui-ramaikan-industri-kecantikan>

Katadata. (2023). 5 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1f9a77c8c8a2c66/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). Perdagangan Digital (*E-Commerce*) Indonesia Periode 2023. Diakses dari <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>

Tribun News. (2024, Mei 3). Ekspansi Ke Malaysia, Hanasui Siap Kuasai Pasar Kosmetik Negeri Jiran. Diakses dari <https://www.tribunnews.com>

We Are Social. (2024, Januari). *Digital 2024: Indonesia Digital Report*. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Shakti Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.