

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rochim, 2020. Data Pengguna Internet (<https://www.inews.id.com>), Diakses 10 Desember 2020.
- Andri hidayat, 2010. *Uji Heterokedasitas*, Jakarta Barat, Grafindo.
- Andri hidayat, 2010. *Uji Persyaratan Alanisis*, Bandung, Rineka Cipta.
- Arsyanto, M. T., & Rahmawati, R. (2018). Analisis Pengaruh Positioning Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Civitas Akademika di Universitas Kahuripan Kediri dan Universitas Islam Kediri). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 101–116.
- Fanggidae, R. E. dkk. (2019). *Kiwang, Fanggidae A and Fanggidae R / JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 8, No.1, 2019, p99-116*. 8(1), 99–116.
- Gloria Vidia Pomantow, L. M., & Jorie, R. J. (2019). Pembelian Produk Maxx Coffee Di Hotel Aryaduta Manado Analysis of Segmenting , Targeting , and Positioning To Buying Decision of Maxx Coffee ' S Products in Aryaduta Hotel Manado. *Economics and Business*, 7(4), 3129–3138.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan , Inovasi Dan Inkubator Bisnis)*, 1(1), 128–137.
- Issn, L. (2017). *Pengaruh Positioning , Diferensiasi Dan Citra Intervening*. 1(April).
- Istiqomah, Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 2(July), 557–563.
- Mauliansyah, R. (2018). Pengaruh Positioning terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 818–826. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.687>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38.
- Mustofa, A., Triyaningsih, S. L., & Suprayitno. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 16(3), 327–334.
- Saputra, F. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui

- Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 79499.
- Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen. (*Tjiptono, 2004*), 1(3), 247–254.
- Suhir, M., Suyadi, I., & R. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–10.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
- Syahputra, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019). *EProceedings of Applied Science*, 5(3), 1841–1850.
- Usvita, M. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Akan Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Konsumen Lazada.co.id. *Apresiasi Ekonomi*, 5(1), 47–53.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120.
- Wati, D., & Ekawati, N. (2016). Pengaruh Green Brand Positioning Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Oleh Sikap (Kasus the Body Shop Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(10), 253735.
- Wisnumurti, R. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara Online Melalui Grup Blackberry Messenger (studi pada girls outfit project shop). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(2), 1–17.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Resiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90.