

## DAFTAR PUSTAKA

- Al, H. et. (2010). *Multivariate data analysis*. NJ PRENTICE HALL PEARSON.
- Ardyanto, Heru Susilo, R. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN MENGGUNAKAN E-COMMERCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 22(1), 85897.
- Belch, G. E., & Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective* (8 ed.). New York: Pearson Education.
- Carthy, M., Jerome, E., Perreault, & D, W. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. (A. Darma, Ed.) (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Christy, F. E. (2020). Top 10 E-commerce di Indonesia Kuartal I 2020.
- Devi, lenggang K. (2019). *pengaruh kualitas produk harga dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee*. surabaya: UIN SUNAN AMPEL.
- Dewi, I. K., & Kusumawati, A. (2018). Pelanggan Bisnis Online ( Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 / 2014 Konsumen Traveloka ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 155–163.
- Djaslim, S. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Dr. Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Dr.Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2014). Manajemen Produksi dan Operasi, 15(1), 1–10.
- Fandi, A., & Satrio, R. B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(12).
- Fatlahah, A. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485.
- Ferdinand, A. (2006). *metode penelitian manajemen* (edisi 5). ponegoro: fakultas ekonomi dan bisnis universitas diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Undip.
- Hariyanto. (2020). Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 1–14.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. surabaya: unitomo press.
- Irawan, B. S. dan. (2008). *manajemen pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Khafidatul, I., & Indra, K. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Marketplace Shopee di Mojekerto. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. Diambil dari

- <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). Jakarta: P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, P. & A. (2014). *Principle Of Marketing* (12th Editi). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. L. K. (2007). *menjemen pemasaran* (edisi kedua). Jakarta: PT, INDEKS.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. *Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas*, 6(1), 1–8.
- Mahmud, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern* (1 ed.). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *erilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (D. T. Dwiandani, Ed.) (1 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Pradana, A. A., & Wahyuningdyah, R. Y. (2019). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Paket Bonus, Pajangan dalam Toko dan Suasana Toko Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Hybrid di Kota Semarang. *Jemap*, 2(1), 47.  
<https://doi.org/10.24167/jemap.v2i1.2099>
- Prof.H. Imam Ghozali, M.Com, ph.D, C. (2001). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25* (CETAKAN XI). Semarang: Undip.
- Rawung, D. R., Oroh, S., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 1298–1308.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku konsumen* (7 ed.). Jakarta: Indeks.
- Simamora, H. (2010). *Manajemen Pemasaran Internasional* (jilid III). Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton, W. J. (2005). *Prinsip Pemasara*. (Y. Lamanto, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian Kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (1 sampai 2). Yogyakarta: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *EKONOMETRIKA TERAPAN*. Yogyakarta: andi yogyakarta.
- Tawas, H. N., Arie, F. V, Daya, P., Iklan, T., Harga, P., Minat, T., ... Arie, F. V. (2021). ( STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2017 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO ) EFFECT OF ATTRACTIVENESS ADVERTISING , DISCOUNTS ON PURCHASE INTENTION , AND USE DECISIONSSHOPEE SHOPPING APPLICATION ( STUDY ON MANAGEMENT STUDE, 9(3), 1402–1412.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E. david king. jae L. (2010). *Electronic Commerce. managerial perspective* (6 EDISTION). NEW JERSEY PESRSON.
- Yogiyanto. (2007). *sistem infomasi perilakuan*. Yogyakarta: Andi.

Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 34– 49.  
<https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>