

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Adil, A., S. Asdar, dan M. Ismail. 2018. Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Applied Bussiness dan Entrepreneurship*. 1(3).
- Adityo, B. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ali, H. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Adil, A., S. Asdar, dan M. Ismail. 2018. Pengaruh Keterlibatan Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Applied Bussiness dan Entrepreneurship*. 1(3).
- Aries, M. dan S. Sunarti. 2018. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Make up Artist yang Membeli dan Menggunakan Produk KRYOLAN di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 60(3).
- Assauri. S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta.
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Basu, D. dan H. T. Hani. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Bilson, S. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Brown, S. 2015. The Moderating Effects of Insupplier and Outsupplier Status on Organizational Buyer Attitudes. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23(3).
- Crosby, L.A., E. R. Kenneth, dan D. Cowles. 2017. Relationship Quality in Services Selling an Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing*. 54 (10): 68-81.
- Darmawan, A. dan B. Prabawani. 2019. Pengaruh Promosi dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen cicil.co.id di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(3): 9.
- Dewi, N.N. 2019. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Pengalaman Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajamen dan Akuntansi*. 8(1): 31.

- Dewi, R. Y., Y. Yulianeu, H. A. Taufiq, dan G. Ega. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.com). *Journal of Managament*. 3(3): 10.
- Durianto, D. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fatima, S. 2015. Impact of Advertisement on Buying Behaviours of the Consumers: Study of Cosmetic Industry in Karachi City. *International Journal of Managements Sciences dan Business Research*. 4(10): 125-137.
- Fatmawati, N. dan S. Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “HONDA”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 10(1).
- Febriana, P. 2020. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Supermarket Madinah Syariah Plaza Millenium Medan. *Jurnal Pemasaran*. 3(1).
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. BP. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternative dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, A. dan P. Novi. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis OPTIMUM*. 5(1): 55-67.
- Haniscara, N. A. dan Saino. 2021. Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di *Marketplace* Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Generasi Muda Surabaya). *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. 5(1): 540.
- Haris, A., Suharyono, dan A. Zainul. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 51(1).
- Irmadhani, A. N. M. 2012. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficiency Terhadap Penggunaan Online Banking. *Jurnal Bisnis*. 4(5).
- Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. 2(4): 95–112.

- Jahja, Y. 2014. *Psikologi Perkembangan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Jalaludin, A. 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 21(7).
- Jayani, D. H. 2019. Statista: Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>. 1 November 2021 (16.15).
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPF. Yogyakarta.
- Kademaunga, C. dan J. Phiri. 2019. Factors Affecting Successful Implementation of Electronic Procurement in Government Institutions Based on the Technology Acceptance Model. *Open Journal Business and Management*. 10(7): 1705-1714.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran jilid 2*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Person Education. New Jersey.
- Kusuma, H. dan D. Susilowati. 2007. Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal JAAI*. 11(2): 125-139.
- Lestari, N. A. dan S. S. Iriani. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.com. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 6(1): 3.
- Magfiroh. 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 40(1).
- Mahfud, A. G. dan V. Soltes. 2017. Effect of E-service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *Journal of Business Administration*. 3(6).
- Maskuri, M. A., E. N. Kurniawan, M. K. Wardani, dan M. Andriyani. 2019. Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi*. 16(2): 139.
- Nangi, I. Y. dan I. P. G Sukatmadja. 2015. Pengaruh Aplikasi TAM dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Ulang Menggunakan E-commerce dalam Pembelian Produk Pakaian dan Aksesoris. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(7):1771–1784
- Nulufi, K. dan Murwartiningsih. 2015. Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Management Analysis Journal*. 4(2).

- Prasetyo, B. dan Y. Rismawati. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. 2(2): 2621-5306.
- Putri, G. P., H. Welsa, dan B. D. Maulidina. 2021. Pengaruh Keamanan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian di Shopee. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi (MEKA)*. 2(1): 31.
- Rozi, I. A. 2021. Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 10(5): 18.
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sari, R. M. dan I. Aprileny. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Rabbani). *Jurnal Manajemen*. 4(2): 20.
- Sayehtiningrum. 2014. *Komunikasi Bisnis*. PT. Alfabeta. Bandung.
- Sidharta, I. dan B. Suzanto. 2015. Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*. 9(1): 26.
- Situmorang, S. H., Y. A. Panjaitan, dan H. Mulyono. 2017. Norma Subjektif dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser Dengan Minat Mengunduh Musik Digital Ilegal dan Minat Beli Musik Legal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nasional*. 5(1): 17.
- Solihin, D. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*. 4(1): 50.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. ALFABETA. Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA. Bandung.
- Sukmawati, B. S. N. dan C. I. Setiawati. 2021. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding of Managament*. 8(4): 3363.

- Stevanus, A. dan R. Pratiwi. 2019. Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.
- Swastha, B. 2012. *Manajemen Penjualan*. BPFE. Yogyakarta.
- Tewal, B. M. O. dan V. P. Lengkong. 2014. Motivasi, Sikap Dan Minat Beli Konsmen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Manado. *Jurnal EMBA*. 3(7).
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Stratejik*. Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Vankatesh, V. 2016. Determinants of Preceived Easy of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation and Emotion Into the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Systems Research*. 11(4): 342-365.
- Wahyuni, S., H. Irawan, dan E. Sofyan. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fashion Zalora co.id. *Journal E-Proceeding of Managemnt*. 4(2): 1411.
- Wibowo, B. A. 2015. Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Rota Banjar Negara. *Sikripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Yogyakarta.
- Wulandari, D. 2021. Similarweb: Ini 10 Marketplace yang Traffic Share-nya Paling Tinggi Sepanjang Q1 2021 Versi Similarweb. <http://mix.co.id/marcom/news-tren/ini-10-marketplace-yangtraffic-share-nya-paling-tinggi-sepanjang-q1-2021-versi-similarweb/>. 1 November 2021 (16.00).
- Yulianto, B. dan Khuzaini. 2013. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 1(1): 25.
- Yusroni, A. S. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass di Surakarta. *Jurnal Utama*. 13(3).
- Yuswar, D. 2009. Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang Pocari Sweat di Kota Kediri. *Jurnal Bisnis Administrasi*. 2(6).