

## DAFTAR RUJUKAN

- Amijaya, Gilang, Rizki. 2010 “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)”. Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Aryanto, Agus 2020. “Dipakai Sehari-hari Grab Sabet Penghargaan Best Everyday App” tersedia pada : <https://infobrand.id/pakai-sehari-hai-grab-sabet-penghargaan-best-everyday-app.phtml> (diakses tanggal 10 Oktober 2021).
- Aziz dan Tiarawati. 2021.”Pengaruh Reputasi Penjualan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Second Hand (Studi Pada Pengguna Aplikasi OLX)”. *Jurnal Riser Manajemen Sains Indonesia*. Vol. 12. No. 1.
- Aziz, Venny Rizky Amelia. 2015. Pengaruh Persepsi Resiko dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online melalui Blackberry Messenger (BBM). *Ejournal Psikologi*. Volume 4. Nomor 1. ISSN : 2301-8267.
- Cravens, Hills dan Woodruff. 2002. *Marketing Management*, India :All India Traveller Book Seller.
- Davis, F., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. (1989), User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models, *Management Science*, 35, 8, 982-1003.
- Deavaj, Fin., and Kohli, 2003. E-Loyalty-elusive ideal or competitive edge?. *Communication of ACM* 46,9.
- Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. 3<sup>th</sup> Ed Forth Worth. Texas The Dryden Press.
- Febriani, Mutia Ayu dan Tatiana Kristianingsih. 2018. “Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung”. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Volume 4. Nomor. 1. E-ISSN: 2407-5523. ISSN: 2407-3741.
- Ferdinand, Agusty.2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Food.grab.com. 2020. "Grabfood". <https://food.grab.com/id/id/restaurantns> (Diakses pada 12 Oktober 2020)
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali, 2009. *Edisi Baru Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jogiyanto, Hartono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman*. Yogyakarta: BEE
- Kamilah, dkk. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keberagaman Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Hijab Princess (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malam Angkatan 2013-2016 Pengguna Media Sosial Instagram). *E Jurnal Riset Manajemen*.
- Khoirudin, Imron Agung dan Imam Qalyubi. 2021. "Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masa Pandemi Covid-19". *DAUN LONTAR*. E-ISSN : 2654-7260.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi dua belas. Jilid 1 Jakarta : Erlangga.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta : Bandung.
- Maryanti, SE. 2021. "Dampak Covid-19 Bagi Kehidupan". Tersedia pada : <https://smk-akpelni.sch.id/dampak-covid-19-bagi-kehidupan/> (diakses tanggal 10 Oktober 2021).
- Mowen, J.C, dan Minor, M. 1998. *Customer Behavior*. 5<sup>th</sup> Editio. New Jersey. Prentise Hall.
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. "Pengaruh Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBRI IAIN Padangsidimpuan)". *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Volume. 4 Nomor 1.
- Nawangarsari, Sri dan Yeksi Karmayanti. 2018. "Pengaruh Kepercayaan Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Online Shop YLX.Store)". *Konferensi Nasional Sistem Informasi*.

- Purboyo, dan Nuril Huda. 2017. "Pengaruh Faktor Eksternal, Internet dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin". *Jurnal Wawasan manajemen*, Vol, 5 No.2.
- Rohman, Heryanti dan Zuldani Ady Fataron. 2019. "Effect Analysis Of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product On Online, Purchase Decision Of 2016-2018 Batch Student Of Islamic Economics Study Program In UIN Waliwongso At Shopee Marketplace". *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*.Vol.1 No 1
- Setiadi. Dr. M Nugroho.J.S. 2003. *Perilaku Konsumen: Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Divisi Kencana.
- Setyarko, Yugi.2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan penggunaan aplikasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol 5. No 2. ISSN: 2252-6226.
- Simamora dan Fatira. 2019. Kemudahan Aplikasi dan Keberagaman Produk Dalam Membentuk Keputusan Pembelian Generasi Milenial Berbelanja Secara Online. *Jurnal Maneksi*. Vol. No 2.
- Sugiyono.2007. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Edisi X. Bandung : CV Alfabeta.
- Sun Zhang. 2011. Optimal Var Planning In Area Power System. *International Conference On Power System Technology*.
- Surmawan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Ghalia Indonesia:Bogor.
- Tjiptono, Fandy.2012. *Stratragi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta:Andi
- Top Brand Index. 2020 . "Jasa Transportasi Online" <https://www.topbrandaward.com/en/2020/06/jasa-transportasi-online-fase-2-2020/> (diakses pada 12 Oktober 2020)
- Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2010). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Wahyuni dan Irfani. 2019. (Pengaruh *Lifestyle, Percieved Ease Of Use* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pakaian *Online*" *Jurnal PSYCHE 165*. Vol 1. No.2.
- Warayuanti dan Suryanto. 2015. The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision Via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*. Vol 7. No 8. ISSN: 2222-1905.

Wibowo, Alfina Fajar dan Eko Suseno Hendro Riyadi. 2017. “Pengaruh Gaya Hidup, Prestise dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang)”. *Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis*. ISBN : 978-361-067-9.

Yuliawan,dkk. 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. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 2. No 2. ISSN: 1978-2586.

