

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. D. A. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127.
- Agus, Setiawan. 2006. *Pengantar Statistika*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Almilia, Luciana Spica. 2007. *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Pada Bank Umum Pemerintah di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo*. <http://spicaalmilia.wordpress.com>
- Asmadi Alsa, 2004. *Pendekatan penelitian Kuantatif & Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Asosiasi Pengguna Jasa *Internet* Indonesia. 2020.
- Basu Swastha, DH dan T. Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Bourlakis, M., Papagiannidis, S. and Fox, H. 2008. *E-consumer behaviour: Past, present and future trajectories of an evolving retail revolution*, *International Journal of E-Business Research*. vol. 4, no. 3, pp.64-67, 69, 71-76
- Dharmmesta, Basu Swastha. 1998. *Theory of Planned Behavior dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen*, *Kelola* 8 (7): 85-103.
- Dinawan, Muhammad Rhendria, S. 2010. *Analisis Faktor - Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang)*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX, 335–369.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).

- Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fahmi, Irham. 2014. *Analisa Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Featherman, dan Pavlou. 2002. *Predicting E-Service Adoption: A Perceive Risk Facets Perspective. International Journal of Human-Computer Studies*. Vol. 59 No. 4, p. 1034-1046.
- Gefen, David. 2002. *Customer Loyalty in E-commerce*. Journal of the Association for Information Systems: Vol. 3: Iss. 1, Article 2.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal of Applied Business Administration*, 152-162.
- Harahap, D. A. 2015. *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung*. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Hasan, Maimunah. 2009. *Pendidikan anak usia dini*. Jogjakarta: Diva Press.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: UNDIP.
- Jarvenpaa, S. L., & Todd, P. A. 1997. *Consumer reactions to electronic shopping on the world wide web*. *International Journal of Electronic Commerce*, 1, 59–88

- Kalakota, R. and Whinston, A. B, 1997. *Electronic commerce: a manager's guide*, Addison-Wesley: Reading, Mass.; Harlow, England.
- Kahar, A., Wardi, Y., & D. P. 2018. *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 429-438.
- Kustiawan, R., & Kuncoro, I. A. 2013. *Faktor – faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian makanan ringan secara online*. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1(2), 351–361.\
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran 1*. Edisi milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip., Amstrong. 2004. *Prinsip-prinsip pemasaran* (10th ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip., Kevin, Keller. 2009. *Manajemen pemasaran* (12th ed.). Indonesia: PT. Indeks.
- Laudon, Kenneth C. dan Laudon, Jane P. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Limakrisna, Nandan dan Wilhelmus Hary Susilo. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ma, X., Chang, P. R., Yang, J., & Yu, J. 2009. *Preparation and properties of glycerol plasticized-pea starch zinc oxide bionanocomposite*. *Carbohydrate Polymers*, 75. 472-478

- Mujiyana, M., & Elissa, I. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143–152.
- Mowen, John C. Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen (Jilid 1) Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Nurmadina. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online. Intekna*, 16(1), 82–93.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. *Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*, pp. 667-675.
- Peta Persaingan E-commerce Indonesia pada Kuartal. (2020).*
- Prastya, Dicky. Novianty, D. 2021. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 202,6 Juta Orang. Suara.Com, November, 2020.*
- Rony Setiawan, Nana Dara Priatna. 2005. *Pengantar Statistik*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Roscoe, J.T. 1975. *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences*, 2nd edition. (New York: Holt Rinehart & Winston).
- Santoso, S. 2002. *SPSS Versi 11.5 Cetakan Kedua*: Gramedia, Jakarta
- Sarwono, J. Dan Prihartono, K. 2012. *Perdagangan Online: Cara bisnis diInternet*: Elex Media Koputindo.
- Setyarko, Y. 2016. *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. Ekonomika Dan Manajemen, ISSN: 2252-6226*, 5(2), 128–147.
- Stanton, William J. 2006. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administratif*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta).
- Suryana, P., & Dasuki, E. S. 2013. *Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang*. *Trikonomika*, 12(2), 190. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v12i2.479>
- Syah, N. H. 2017. *Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kota Medan Universitas Islam Negeri*. *TESIS-Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*.
- Syaifuddin Azwar. 2004. *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Teguh Wahyono. 2009. *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo)
- Tokopedia, D. A. N., & Masa, D. I. 2021. *Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee*. 1–21.
- Turban, Efraim, et al. 2004. *Electronic-Commerce a Managerial Perspective*. New Jersey: Pearson Education International
- Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Verina, E. 2014. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Facebook (Survei pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 10(1), 81953.

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.

Wahyono, T. 2009. *Sistem informasi konsep dasar, analisis dan implementasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu



