

DAFTAR PUSTAKA

- Afriati, Nur Elshah. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Keju Prochiz (Studi Kasus Pada PT. Mulia Boga Raya)*. Universitas Mercubuana.
- Armayanti, Novita. 2012. *Gambaran Kepercayaan Konsumen terhadap Pembelian Melalui Media Internet*. Universitas Sumatera Utara.
- Aurelia, Alwina. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga Konsumen Pada Produk Ipad (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Indonesia)*.
- Are dan Setyorini. 2019. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk di Shopee Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.12 No.2, September 2019.
- Az-Zahra. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Merek terhadap Niat Beli Batik Danar Hadi di Surabaya*.
- Dewi, Feby Sandra. 2018. *The Impact of Website Advertising Visual Design Towards Online Purchase Intention on Pomelofashion.com in Surabaya*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismayanti dan Santika. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kota Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.6 No.10, 2017: 5720-5747. ISSN: 2302-8912.
- Ivoni. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga, Orientasi Merek, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli Fashion Online*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.4 No.4, 2015: 898-911. ISSN: 2302-8912.
- Kaewpackdee dan Lekchareon. 2020. *The Influence Of Advertising Design Affecting On Purchase Intention Via Instagram Of Consumers in Bangkok and Metropolitan Region*. *Journal Of Communication Arts*. Vol.38 No.2, May-August 2020.
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi Keenam Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kusuma dan Santika. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario 125 di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.6 No.4, 2017: 1933-1961. ISSN: 2302-8912.*

Mirza. 2018. *Pengaruh Country of Origin dan Kualitas Produk terhadap Niat Beli Iphone 6+ (Studi Pada Pengunjung di WTC Surabaya). Jurnal Ilmu Manajemen. Vol.6 No.4.*

Monica dan Luzar. 2011. *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan. Humaniora. Vol.2 No.2, 2011:1084-1096.*

Mubarrok, Ismi Muhammad. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Kemasan terhadap Niat Beli Supermi di Surabaya.*

Nanda Resmi dan Tri Wismiarsi. 2015. *Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. Vol.13 No.1, Maret 2015.*

Narko, Dwi. 2017. *Pengaruh Trust, Store Image, dan Perceived Risk terhadap Purchase Intention Online Shop. Jurnal Manajemen Dewantara. Vol.1 No.2, 2017: 38-43. E-ISSN: 2579-4612.*

Naves. 2018. *The Effect of Web Advertising Visual Design On Online Purchase Intention: An Examination Across Generations Y and Z.*

Nusarika dan Purnami. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.4 No.8, 2015: 2380-2406. ISSN 2302-8912.*

Parindury, Rahmi Dina. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Citra Toko, Risiko Yang Dipersepsikan, dan Pengalaman Belanja Online terhadap Niat Beli Konsumen Zalora di Surabaya.*

Picaully, Maria Regina. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Gadget di Shopee Indonesia. Jurnal Manajemen Maranatha. Vol.18 No.1, November 2018. ISSN 1411-9293.*

Purwanti, Anik. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Niat Beli Shopee dengan Dimediasi Nilai yang Dirasakan Pada Mahasiswa di Yogyakarta.*

Putri dan Sudiksa. 2018. *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.7 No.7, 2018: 3532-3563. ISSN 2302-8912.*

Sakti. 2017. *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Pengguna, Orientasi Merek, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli Pada Bisnis Online E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.

Shaouf. 2016. *Modelling the Effect of Web Advertising Visual Design on Online Purchase Intention: An Examination across Genders*.

Suarjana dan Suprapti. 2018. *Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, dan Citra Perusahaan terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome*. *E-Jurnal Unud*. Vol.7 No.14, 2018: 1920-1949. ISSN 2302-8912.

Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Warouw. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Toko, Kualitas Produk, dan Bauran Pemasaran terhadap Niat Membeli di Warcom Sales and Services Manado*. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol.16 No.3.

Wirawan. 2013. *Peningkatan Niat Pembelian Melalui Website*. *Journal The Winners*. Vol.14 No.1, Maret 2013:48-54.

<https://bisnis.com/> diakses pada tanggal 20 Oktober 2019

<https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id.com/> diakses pada tanggal 9 Maret 2020

<https://eprints.umg.ac.id.com/> diakses pada tanggal 9 Maret 2020

<https://jurnal.uinsu.ac.id.com/> diakses pada tanggal 9 Maret 2020

<https://neilrichmund.com/what-is-visual-advertising/> diakses pada tanggal 10 Agustus 2020

<https://repository.widyatama.ac.id.com/> diakses pada tanggal 9 Maret 2020

<https://shopee.co.id/> diakses pada tanggal 9 Maret 2020

<https://www.spssindonesia.com/> diakses pada tanggal 12 Januari 2021