

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis, Trantri . *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada. 2013
- Lib.unnes.ac.id
- Ejurnal.seminar-id.com
- Adityo, Benito dan Khasanah, Imroatul. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. *Jurnal*. UNDIP. Semarang
- Ali, Hapzi dan Wangdra, Tonny, *Technopreneurship dalam perspektif Bisnis Online* Jambi, Baduose Media. 2010
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azka, Zahrah Nabila, 2017 “*Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka*”, Tesis (Bandung: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan)
- Fiant dkk. 2014. *The Influence of Brand Image On Purchase Behavior Thorough Brand Trust*. Jurnal Business Management And Strategy. Macrothink Institute.
- Fitri, Irna, 2016 “*Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*”, Skripsi (Bandar Lampung: Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung)
- Gzhozali, Imam. 2016. *Aplikasi Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 23 (Edisi 8)*, Cetakan Ke VII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irfan Rizqullah Ariella. 2018. *Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. Paper UNISBANK.
- Jamaludin, Achmad, dkk, 2015 “*Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*”, *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol 21, No 1)
- K Prayoga, Arief Bowo, 2015 “*Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-c*”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* (Vol 1 No 1)
- Kotler dan Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga Edisi ke Tiga Belas. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, & Armstrong. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Dua belas Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran I & 2*. Edisi Kedua Belas. Erlangga. Jakarta.
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. CV Linda Karya. Bandung  
<http://www.Tempo.co.id/>, diakses pada tahun 2020.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid I*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta:Erlangga.
- Mao, Y., Lia, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., Ma, J., Bonaiuto, F., Bonaiuto, M. (2020). Apple Or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention Of Smartphone. *Journal Sustainability*. Vol. 12, No. 8, h. 3391-3413.
- Marentek, Revina Julina. 2013. *Pengaruh Waktu, Harga, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pembelian Online Yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, hal 185-195.
- Martini, T. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermetik*. *Jurnal Penelitian*. Vol. 5, No. 1, h. 123-129.
- Mega Christin Kairupan. 2013. *Sikap, Keyakinan Dan Efektivitas Iklan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Kartu As Konsumen Di Manado Town Square*. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3.
- Megawati wijaya, 2014. "Pengaruh rancangan situs, harga, kepercayaan dan keamanan terhadap pembelian produk *fashion* melalui *online shopping*". *Jurnal Manajemen* Vol.7, No.2
- Mubarok Mufti. 2018. *The Effect Of Brand Image And Consumer Attitudes On The Decision*
- Nanda Nurul. (2019). *The Influence of E-Commerce, Product Prices and Product Design on Purchasing Decisions in Souvenir Shop Tauko Medan*. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 2, No 3*
- Nurakin., Susanto., Setiawan. (2019). Antecedent of Consumer Attitudes Toward Online Shopping. *The International Journal of Business Management and Technology*. Vol. 3, No. 2, h. 52-61.
- Nurgiyantoro, Singgih, 2014 "Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth

*Marketing*”, *Skripsi* (Yogyakarta: Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta)

- Nurhayati Siti. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*. Jurnal Bisnis
- Nuryanti, Istiyanto. (2020). *Testing the Product Quality, Brand Ambassador, Product Design and Lifestyle against the OPPO Smartphone Purchasing Decision. International Journal of Seocology Volume 01, Issue 03*. Manajemen Dan Akuntansi Vol.4 No.2
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma dan Ni Made 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(8), pp. 2380-2406.
- Priyatno, Dwi, 2008 “*Mandiri Belajar SPSS*”, (Jakarta: Buku Kita)
- Putri, Carla Mediana Irawati, 2018 “*Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*”, *Skripsi* (Yogyakarta: Prodi Manajemen Universitas Sanarta Dharma)
- Rafidah, Inas. “*Analisis kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan pembelian secara Online di Lazada*” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6 no. 2 (Februari 2017), hlm 13
- Raman Arasu dan Viswanathan 2011, Analisis pengaruh keamanan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara *online*
- Reven, Augusty Tae Ferdinand. 2017. *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)*. Jurnal Diponegoro Manajemen Vol. 6, No.3.
- Reven, Augusty Tae Ferdinand. 2017. *Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)*. Jurnal Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*:
- Reza, Faisal, 2016 “*Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id*”, *Jurnal Kajian Komunikasi* (Vol 4, No 1)
- Ristania, Novia & Jerrs S. Justianto, 2016 “*Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada "Online Shop" S-Nexian Melalui Facebook*, *Journal of Business Strategy and Execution* (Vol 5, No 2)
- Siregar Dan Widiastuti. 2019. *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Di Damar Hadi Surakarta*. *Surakarta Management Journal* Vol. 1 No. 1.

- Suharsono, Riyanto Setiawan & Rini Purnama Sari, 2019 “Pengaruh Promosi Media *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab”, *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, (Vol 1, No 2)
- Suhir, dkk. 2014. *Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co.id)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 8 No. 1.
- Sukma, Abdurrahman Adi. 2012, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Sularto, Lana. 2004. *Pengaruh Privasi ,Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet*. *jurnal Ekonomi & Bisnis* No. 3, Jilid 9, pp138-155.
- Supriyanto, Achmad Sani, 2013 “*Metodologi Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data*”, (Malang: Uin Maliki Press)
- Susilawati, Reinpal, F., Agus, P. 2020. Impact of Covid-19’s Pandemic on the Economy of Indonesia. *Journal of Budapest International Research and Critics Institute*, 3(2), 1147-1156
- Sutikno. 2020. *Fenomena Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Secara Kredit di Masa Covid-19*. Seminar Nasional Akuntansi (SENA) III Universitas Pamulang. ISSN : 25993437. h. 1-11.
- Swisstiani, Febby, 2014 “Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online* Zalora”, *Skripsi* (Yogyakarta: Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta)
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi: Yogyakarta.
- Verina, dkk. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia)*.
- Wahyuni, Sri, 2014 “Analisis Strategi Promosi *Online* Pada Pasar Hosting.Com”, *Skripsi* (Bogor: Prodi Alih Jenis Manajemen Institut Pertanian Bogor)
- Yulianto, Edi dkk, 2014.*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*, Fakultas Ilmu Admisitrasi Universitas Brawijaya Malang.