

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran Dan Manajemen Jasa. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan. Jakarta: Rineka Cipta
- Baskara, I.B. (2018). Pengaruh Potongan , Harga (Diskon) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (*Impulse Buying*). (Studi Pada Pengunjung Matahari Departement Store Plaza Jember). Manajemen Bisnis, 5(2)
- Danang, Sunyoto. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta : CAPS.
- Engel, James, F., Roger, D., Blackwell, dan Paul, W., Miniard. 2003. Perilaku Konsumen. Alih Bahasa Budiyanto, Jkarta: Binarupa Aksara.
- Furkonudin, Suryadi, E., & Darmanto, (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Blibli.Com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online. Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016, 7-12.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8. Cetakan Ke Viii. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro, 96.
- Istianingsih, N., Harahap, E. H, Susriyanti, & Ali, H. (2020). Purchase Intention Model Through E-Wom : Social Media Analysis On Purching Msmes Products In Bungo Regency. TEST Engineering & Management, 83 (9024), 9024-9032.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Jurnal Manajemen, 8(2), 27–39.
- Kotler Dan Amstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 4. Jakarta . Erlangga.
- Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, New Jersey: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Amstrong Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Manajemen (Jilid 2). Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Perhalindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L (2012) *Manajmen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Malau, Harman, 2017. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Angora*, 5(1).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta : Bandung
- Suharto Dan Sutarso.2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sunaro.2018. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiami Redmi 3s. *Jurnal Moneter*. Vol V No 1:35-43
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L., & Tawas, H. N. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, (74).
- Taufik, Amir. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Cv Andi Offset
- Venkatesh, V dan F. D Davis. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology acceptance model : four longitudinal fields studies*. *Management science*. Vol.46.2. Februari. PP. 186-204
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D.A. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Kajian Bisnis*, 23(2) 112-120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wardoyo, & andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruhi Terhadap Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal*

Ekonomi Manajemen Sumber Daya, 19 (1), 12-26.
<https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>

Dkatadata.co.id Diakses Pada 24 Maret 2022

Lokadata.Beritagitar.co.id Diakses Pada 25 Maret 2022

WWW. Marketeers.com,2017

