

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127–136.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ardi, C. Y. S. (2016). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online. *Naskah Publikasi UMS*, 1(1), 1–14.
- Arinkunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Asy'ari, N. B. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 9, 30–34.
- Fachmi, M., Setiawan, I. P., & Hidayat, A. (2019). Analysis of Factors Affecting Consumer Purchase Decision at Online Shops. *Jurnal Internasional Sains dan Teknologi Penelitian Inovatif*, 4(3), 118–121.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hubeib, L. Al. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online masyarakat Rantau Selatan Melalui Situs Bukalapak*. IAIN Padangsidempuan.
- Jadhav, V., & Khanna, M. (2016). Factors Influencing Online Buying Behavior of College Students : A Qualitative Analysis. *The Qualitative Report*, March.

<https://doi.org/10.46743/2160-3715/2016.2445>

- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Marketing Management*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Kuncoro, M. S. (2011). *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*. BPEE-Yogyakarta.
- Lestari, S. A. (2017). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Online di Yogyakarta: PVT Model*. Universitas Gajah Mada.
- Lisnawati, E., Mulyani, R., & Ariyantho, S. (2022). Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee (Survei Pada Pengguna Shopee di Pesantren Al-Ma'tuq Sukabumi) Euis. *Jurnal Ekonomak*, 8(2), 25–38.
- Mita, Pranatasari, F. D., & Kristia. (2021). Analisis Pengaruh Harga , Kemudahan Penggunaan , dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 04(September).
- Najoan, P. R. F., Ogi, I. W. J., & Rogi, M. H. (2022). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2017 Jurusan Manajemen Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1682–1693.
- Nurmadina, N. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fashion Online di Kota Makassar)*. Uninvestias Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Nurmasarie, R., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh Promosi Penjualan dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 528–240.

- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cita Pustaka Media.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarto, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. BPFE-UST.
- Tiurma, D. R., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, DanTempat Terhadap Proses Keputusan Pembelian Aice Es Krim Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, 8(1), 420–430.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Widya, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa PT. Tiara Al-Fikri Tour and Travel*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.