

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Herman. 2013. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Ekomaks*. Diunduh pada tangga Mei 2022
- Alma, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ardia, I. (2021). Apa itu Tiktok Shop? Ini Penjelasan dan Cara Berbelanja di Tiktok Shop. Beritadiy. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/teknopr-702635561/apa-itu-tiktok-shop-ini-penjelasan-dan-cara-belanja-di-fitur-baru-tiktok> . Diunduh pada tanggal 30 Juli 2022.
- Arikunto, Suharsimi. 2015. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daryanto. 2017. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Totalial Sejahtera. Diunduh pada tanggal 22 Juli 2022.
- Databoks.katadata.co.id. Data transaksi *E-Commerce* di Indonesia tahun 2018-2022. <https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada 22 Juli 2022).
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Cetakan ke IX. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Ayuningtyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Harman, Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (*Center for Academic Publishing*).
- Hasan, M. Iqbal. (2011). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.
- Iprice.co.id Jumlah Ecommerce Per Kuartal  
<https://www.google.com/amp/s/price.co.id/insights/mapofecommerce/>  
 (diakses pada 10 Juli 2022).
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen *online-shop*. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Kotler dan Keller. (2016). "*Manajemen Pemasaran*". Edisi ke XII. Jakarta; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks. Diunduh pada tanggal 10 Mei 2022.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113-126.
- Laporan survei internet <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Hasil-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022> (diakses pada 10 Juli 2022).

- Levy, Michael dan Barton A. Weitz. 2012. *Retailing Management*, Boston: Irwin McGraw-Hill. Ahli Bahasa oleh Benyamin Molan. Diunduh pada tanggal 10 Mei 2022.
- Lusiana. 2019. Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Universitas Ciputra*. Diunduh pada tanggal 22 Juli 2022.
- Machfoedz, Mahmud. 2013. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu. Diunduh pada tanggal 8 Juli 2022.
- Nurullaili dan Wijayanto, Andi. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Diunduh pada tanggal 12 Juni 2022.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh *e-wom* dan persepsi nilai terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja *online* di Lazada. *Jurnal ecomedica*, 4(1), 117-124.
- Pujihastuti., et al. 2012. Aplikasi Metode Nilai Hasil (Earned Value Method) pada Sistem Pengendalian Proyek. *Jurnal Ilmiah Semesta Teknika*. Diunduh pada tanggal 12 Juni 2022.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Cetakan ke dua belas Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Diunduh pada tanggal 30 Juli 2022.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen* (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Setya Juli. 2022. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Brand Love dan E- Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Pengguna Aplikasi Tiktokpada Era Pandemi Covid. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang*. Diunduh pada tanggal 1 Agustus 2022.
- Setyo, P.E. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Universitas Ciputra*. Diunduh pada tanggal 1 Agustus 2022.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit CV alfabeta, Bandung.
- Susmonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada. *Jurnal Lentera Bisnis, 10(2)*, 197-211.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. I. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Bayu dan Irawan. 2016. *Marketing 3.0 Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit*. Jakarta. Erlangga
- Vielä Tusanputri<sup>1</sup>, Amron. 2021. Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-commerce Tiktok shop. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*, Semarang. Diunduh pada tanggal 1 Agustus 2022.