

DAFTAR PUSTAKA

- Afriska, A. F. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umsu). *Doctoral dissertation*.
- Ariyani, W. 2019. Pengaruh Harga, Keragaman produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. (*Doctoral dissertation, IAIN Pekalongan*).
- Daryadi, D. 2015. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi pada Pengguna situs OLX di Purworejo). *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2A).
- Firmansyah, A. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: CV Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayani, H. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kesenangan Berbelanja dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli *Online* Shopee. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*).
- Hidayati, N. L. 2018. Pengaruh *Viral Marketing, Online Consumer Reviews* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).
- Indrajaya, S. 2016. Analisa Pengaruh Kemudahan Belanja, Kualitas Produk Belanja di Toko *Online*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 5(2), 134-141.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K L. 2020. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2 Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Indeks.

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2018. *Principles Of Marketing. Edisi Klina Belas*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2019. *Prinsip - prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, A. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara *online* pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Doctoral dissertation*.
- Muamar, M. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online* (Studi Pada Pelanggan *Online Shop* Shopee di Masyarakat Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis). (*Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*).
- Munawaroh, H. I. 2022. Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Sistem *E-commerce* Shopee (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo). (*Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo*).
- Novitasari, D. A. 2021. Pengaruh Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Butik Karita Malang pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 261-264.
- Nulufi, K. 2015. Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh *Brand Image* dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono). (*Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang*).

- Nurlela. 2020. *E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. Simki Economic, 4 (1)*, 47-56.
- Nurmadina, N. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus pada Konsumen *Fashion Online* di Kota Makassar). (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*).
- Nurul Amalia, I. 2022. Pengaruh Harga, Kemudahan dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Secara *Online* Di Masa Pandemi Covid-19. *Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pratama, B. E. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi kasus pada Masyarakat Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis). (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*), 23.
- Rafida, I. 2017. “Analisis Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Lazada”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6 (2).
- Rahmadani, R. 2018. Analisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di *online shop* tokopedia.
- Rahmawati, R. & Erawati, D. 2021. *E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia (Analisis Immanuel Wallerstein. In Proceedings of Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies (PINCIS), (Vol. 1, No. 1)*.
- Rizki, A. G. 2019. Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee Indonesia (*Survey* pada mahasiswa S1 fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang membeli barang secara *online* di *e-commerce*). (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Sardanto, R., & Ratnanto, S. 2016. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Angkringan Kota Kediri. *BENEFIT*, 3(1), 31-44.
- Siagian, H., dan Cahyono, E. 2014. Analisis *Website Quality, Trust* dan *Loyalty* pelanggan *online shop*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61.

- Simamora, S. 2020. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Online. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111-122.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. 2008. Keputusan Membeli Secara Online Dan Faktor-faktor Yang Memengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi.*, Vol 13. No. 2.
- Sumarwan, Ujang. 2016. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tirtana, D. & Turmudhi, A. 2021. Pengaruh Promosi Online, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 214-223.
- Utami, C. W. 2017. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yolandia, S. 2022. Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tb Isna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557-566