

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Arief Satria, (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36.
- Agmeka, Fanni, Ruhmaya Wida Wathoni and Adhi Setyo Santoso. (2019). *The Influence of Discount Framing rowards Brand Reputation and Brand Image on Purchase intention and Actual Behavior in E-commerce. Journal of Computer Science* 851-858. President University.
- Agung, Bagas Nugroho, (2019). *The Effercts of Product, Price, Distribution and Promotion of the Decision to Purchase (Ultra High Temprature)* PT. Ultra Jaya Milk.
- Alfina, Ika, Joni Ero, Achmad Nizar Hidayanto and Muhammad Rizki Shihab. (2014). *The Impact of Cognitive Trust and E-Wom on Purchase Intention in C2C E-commerce Site. Journal of Computer Science*, Vol. 10, No.12. Universitas Indonesia.
- Ariyanti, A., & Darmanto, R.F. (2020). Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Wardah Cosmetics. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*,17(2)
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M.S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Dachyar, M. & Liska Banjarnahor (2017). *Factors influencing Purchase Intention towards C2C E-commerce*.
- Darmawan, Deni. 2019. *Metode Penelitian kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Databoks, Katadata. (2021). 10 Negara dengan Presentase Penggunaan E-commerce Tertinggi di Dunia (April 2021). From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>.
- Databoks, Katadata. (2021). Pengguna Internet Terbanyak di Asia. From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>
- Dhingra, Sanjay, Shelly Ghupta and Ruchi Bhatt. (2020). *A Study of Relationship Among Service Quality of E-commerce Website, Customer Satisfaction and Purchase Intention. International Journal Of E-Business Research*, Vol.16. Issue 3.
- Fadilah, Nurul, (2019). Pengaruh Variasi Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online Snack Mibiting Oishi.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.

- Fikasari, And Drs. Basuki, Rahardjo, M.S (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk. Harga dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda (Studi pada Konsumen Cv. Surya Motor Sragen). Skripsi Thesis, IAIN Surakarta.
- Fillah, Aufi. (2020). Pengaruh Promosi, harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Pembelian Indihome (Studi Kasus Perumahan Pesona Bali, Bandung).
- Ghazali, Miswar, (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesempatan Kerja Sektor Industri Manufaktur Di Indonesia Periode 1995-2007. Skripsi, Makasar: Program Sarjana Universitas Hasanuddin, (dipublikasikan)
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardati, N.R. Saroh, S, & Salman A.F. (2020). Analisis faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada E-commerce (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada). JLAGABI. Vol. 9, No. 2.
- Indrawati, (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Johansyah, D.M. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk an Intervening Variabels (Study on Lazada.com Site Users). International Journal of Innovation, Creativity and change. Vol-9, Issue 12.
- Kotler, & Keller. (2016). Marketing Management, 15th Edition
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L, (2016). Marketing Management 15 Edition: Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2015). Marketing Managemen, 15th Edition. Pearson Education.Inc
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip, Hermawan Kertajaya, dan Iwan Setiawan. (2019). “*Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*”. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta: Prenhalindo
- Malan, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Alfabeta.
- Mou, Jian, Wenlong Zu and Morad Beyounef. (2019). *Impact of Product Description and Involvement on Purchase Intention in Cross-Border E-commerce*.
- Muliasari, Dewi, (2019). *The Effects of Product, Price and Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand*.
- Nazara, Netianis, (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UD Misel Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan.

- Nuha, M.S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Flash Sale di Toko Online.
- Paramitha, Mariska Deasy & Imroatul Khasanah, (2017). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Nges-Nges Banyumanik)
- Peter, Zamhari, Miranda. (2018). “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Kentucky Fried Chikhen (KFC)* Cabang Bangka Trade Center Pangkal Pinang”. ISSN: 2333-3494. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, Vol. 26 No. 2, April 2018.
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D.J. (2017) Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Pustaka Setia
- Priansa, D.J. (2021). Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta
- Puspa, Maya Iswantami, (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Konsumen Pada Food & Beverage di I-Club Madiun.
- Rahayu, R.T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online.
- Rifanto, Niko Halim, Donani Alananto Iskandar. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT. Vol. 4, No.3.
- Rosillo, Elena Diaz, Francisco Javier Blanco Encomienda and Asmeralda Crespo Almendros. (2019). *A-Cross Cultural Analysis of Perceived Product quality, Perceived Risk, and Purchase Intention in E-commerce Platforms. University of Granada, Spain.*
- Soo, Sang Kim. (2020). *Purchase Intention in the Online Open Market: Do Concerns for E-commerce Really Matter?. Journal of Business Administration, Yong In Ubiversity, Korea.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (Ed.); 2nd ed.). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2013). *Alfabeta*, 250
- Sugiyono. (2014). Statistika Untuk Penelitian. Penerbit CV. ALFA BETA,3
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (Ed.); 1st ed.).
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (Ed.); 10th ed.). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Thostenson, Erik, T. 2005. *Nanocomposites in context*. Composites Science and Technology
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.

- Tjiptono, Ph.D. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Xiao, Liang, Feipeng Guo, Fumao Yu and Shengnan Liu. (2019). *The Effects of Online Shopping Context Cues on Consumers' Purchase Intention for Cross-Border E-commerce Sustainability*. Journal Modern Business Research Center, Zhejiang Ghongsang University, Cina.
- Yuan, Chunlin, Hakil Moon, Shuman Wang, Xiaolei Yu and Kyung Hoon Kim. (2021). *Study on the Influencing of B2B Parasocial Relationship on Repeat Purchase Intention in the Online Purchasing Environment: An Empirical Study of B2B E-commerce Platform*. Journal Industrial Marketing Management.
- Zhu, Wenlong, Jian Mou and Morad Benyounef. (2019). *Exploring Purchase Intention in Cross-Border E-commerce: A Three Stage Model*. Journal of Retailing and Consumer Service 51, 320-330.