

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. D. A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012*, 9(1), 127–136. Retrieved from Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha.
- Akbar, M. A., & Alam, S. nur. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alatas, A. N. (2019). *Pengaruh Perceived Risk dan Ease of Use Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pengguna Situs Belanja Online Bukalapak di Bandung)*. Telkom University.
- Al Hafizh, F., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ngikan Yuk Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Almamada, J., Haq, A. L. A., & Faizah, R. (2021). *Persepsi Tampilan Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian dengan Media E-Commerce selama Pandemi*. 1(2), 56–69. Retrieved from Borobudur Psychology Review.
- Angelina, A. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia*. Telkom University.
- Annur, C. M. (2022, Maret). "Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat ke-5" (Diakses 03 Februari 2022 dari: <https://databoks.katadata.co.id>)
- Aripin, Z. (2021). *E-Business Strategi, Model, dan penerapannya*. Sleman: Deepublish.
- Bhayangkara, C. S. (2021, Desember). "Sejarah Hari Belanja Online Nasional atau Harbolnas" (Diakses 20 Februari 2022 dari: www.suara.com)
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Clinton, B. (2021, Desember). "Sejarah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) 12.12, Momen Belanja Online yang Tak Lagi Spesial" (Diakses 20 Februari 2022 dari: tekno.kompas.com)
- Dachyar, M., & Banjarnahor, L. (2017). *Factors influencing purchase intention towards consumer-to-consumer e-commerce*. 13(5), 946–966. Retrieved from Intangible Capital.

- Edwar, M., Diansari, R. A. A., & Winawati, N. F. (2018). *The Factors That Affecting the Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students of Surabaya State University*.3(4), 54–64. Retrieved from International Journal of Educational Research Review (IJERE).
- Fajriah, W. (2022, Februari). "5 Kota yang Paling Banyak Belanja Online, Jakarta Posisi Berapa?" (Diakses 30 Juli 2022 dari: Sindonews.Com)
- Frost, R., Fox, A. K., & Strauss, J. (2018). *E-Marketing (Eighth Edition)*. New York: Routledge.
- Harahap, D. A., & amanah, dita. (2018). *Perilaku Belanja Online di Indoensia: Studi Kasus*. 9(2), 193–213. Retrieved from Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2020). *Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller Terhadap Kepercayaan pelanggan Hingga keputusan Pembelian Pada Toko Online di Shopee*. 9(2), 234–239. Retrieved from Jurnal Teknik ITS.
- Harmayani, Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaeen, J. (2020). *E-Commerce: Suatu pengantar bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasibuan, A., Jamaludin, Yuliana, Y., Sudirman, A., Wirapraja, A., Kusuma, A. H. P., Hwee, T. S., Napitupulu, D., Afriany, J., & Simarmata, J. (2020). *E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (Fourteenth Edition)*. MCGraw-Hill Education.
- Islami, T. (2020). *analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Mahasiswa (Generasi Z) dalam Melakukan Pembelian Produk Virtual pada Permainan Daring (Game Online) di Bandung*. Telkom University.
- Badan Pusat Statistik (2022). *Jumlah Pengeluaran Per Kapita Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*, Bandung: BPS.
- Justisia, A. (2021, Desember). "Sejarah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) 12.12 dan Perayaan Belanja Online di Dunia" (Diakses 20 Februari 2022 dari: Tirto.Id)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principal of Marketing (17th edition)*. New York: Pearson Higher Education.
- Kusnandar, V. B. (2021, Oktober). "Pengguna Internet Indonesia Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia" (Diakses 03 Februari 2022 dari: databoks.katadata.co.id)
- Lestari, I. T., & Widyastuti. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap*

Keputusan Belanja Online (Studi pada Pengguna Tokopedia). 7(2), 478–484. Retrieved from Jurnal Ilmu Manajemen.

Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Penerbit Deepublish.

Melati, A. W. (2020, Desember). "Transaksi Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) 2020 Capai Rp 11,6 Triliun" (Diakses 14 April 2022 dari: www.liputan6.com)

Muazam, A. R. (2020, Agustus). "Transaksi e-commerce didominasi generasi Z dan milenial" (Diakses 14 April 2022 dari: www.alinea.id)

Musnaini, Sutoyo, Y. T., Handayani, W., & Jihadi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Insan Cendekia Mandiri.

Nawakijawerat, P., & U-on, V. (n.d.). *The Study of Relationship between Consumer Attitudes and the Satisfaction Affecting Purchasing Decision of Online Products for Consumers in Bangkok*.

Permana, A. I. (2020). *Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan di Situs Belanja Online Bukalapak*. 25(2), 94–109. Retrieved from Jurnal Ekonomi Bisnis.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Penerbit Deepublish.

Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS* (Edisi 2). Mitra Wacana Media.

Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, deddy W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, astri R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sari, W. T., & Mukhlis, I. (2022). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Tokopedia*. 2(1), 26–39. Retrieved from Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP).

Satriani, N., Susiladewi, & Alfisah, E. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online (E-commerce) (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Banjarmasin)*. 5(1), 1–15. Retrieved from Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora.

Stillman, David dan Stillman, J. (2018). *Generasi Z Memahami Karakter Generasi*

- baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugianto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiharti, L., Farihah, E., Hartadinata, O. S., & Ajija, S. R. (2021). *Statistik Multivariat untuk Ekonomi dan Bisnis Menggunakan Software SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Edisi Ke-3)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Ulya, F. N. (2021, Oktober). "Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibandig Offline" (Diakses 03 Maret 2022 dari: money.kompas.com)
- Widayat. (2018). *Statistika Multivariat (Pada Bidang Manajemen Dan Bisnis)*. Malang: UMM Press.
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online di Shopee: Dampak dari E-Commerce*. 7(2), 152–164. Retrieved from Jurnal Ilmiah Manajemen.
- Wulandari, D. (2021). "Raih Transaksi Rp 18,1 Triliun, Begini Perilaku Pembelanja Harbolnas 2021" (Diakses 14 April 2022 dari: mix.co.id)
- Wulandari, N. L. P. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Pulau Bali*. Telkom University.
- Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Dan Manajemen*. Bandung: PT Refika Aditama.