

DAFTAR PUSTAKA

- Aglis Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. 2020. Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen,. Sleman: CV Budi Utama.
- Akdon, dan Riduwan. 2013. Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika, Bandung: Alfabeta
- Amron, A. (2018). Effects of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Car Product. *Archives of Business Research*, 6(4).
- Andryyusalfikri, Z. W., & Widiyanti, M. (2019). *Effevt of Trust, Quality of Product and Quality Service on Purchase Decision on E-Commerce Shopee in Palembang City*. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, 3.
- Asna. 2016. Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa Se-Malang Raya. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, Vol. 6 No. 2.
- Banjarnahor, D. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Taksi Blue Bird Di Kota Bandung. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 57-65.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE.
- Conner. 2013. *Marketing management*.14th Edition. New Jersey: Pearson Horizon.
- Cho, Yoon C., and Esen Sagynov. 2015. *Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease of Use, Trust, and Purchase Intention in The Online Environment*. *International Journal of Management & Information Systems*, Vol. 19 No. 1.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science* (35:8), pp. 982-1002.

- Denny, A. R. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus) (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Dr.R.Shanthi, Dr. Desti Kannaiah.(2015). Consumers' Perception on Online Shopping. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 14-20 Dwiastuti, Rini., *et al.* 2012. Ilmu Perilaku Konsumen. Malang : UBPress.
- Amalia dan Irwan Gani. 2015. Alat Analisis Data. Yogyakarta: Andi
- Gismar, Abdul Malik, dkk. 2013. Indonesia Governance Index 2012: Menuju Masyarakat yang Cerdas dan Pemerintahan yang Responsif. Jakarta: Rana Creative Solution.
- Harahap, Dedi Ansari. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7 No. 3, Hal. 227-242.
- Harahap, Sofyan Syafri 2015, Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Rajawali Pers, Jakarta
- Hatta, I. H., Rachibini, W.,& Parenregi, S. (2018). *Analysis of product innovation, product quality, promotion, and price, and purchase decisions*. *South East Asia Journal of Contemporary Business*, 16(5), 183-189.
- Herry. N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Industri / Toko Bakery di Kota Bengkulu). *Jurnal Pada Universitas Dehasen Bengkulu*.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Imaningsih, E. S., & Rohman, S. (2018). *The model of product quality, promotion, price, and purchase decisions*. *Jurnal Ekonomi*, 23(2).
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Aditama.

- Istanti, Fredianaika. 2017. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya. Vol. 4 No. 1.
- Kamal, S. A., Shafiq, M., & Kakria, P. (2020). Investigating acceptance of telemedicine services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technology in Society*, 60(March 2019), 101212. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101212>
- Khammash, M. 2008. *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market*. ADIS International Conference
- Kusumasondjaja, S, dkk. 2012. *Credibility of Online Review and Initial Trust: The Role of Reviewer's Identity and Review Valence*. *Journal of Vacation Marketing*, 18(3): 185-196.
- Kotler, dan Keller. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). "Principles of Marketing". International Edition, Jilid 12. N.J: Prentice- Hall International, Inc.
- Kotler, Philip., and Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th Edition*.
- Kotler, Philip., and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15 Edition*.
- Lahindah, L., & Siahaan, R. (2018). The influence of product innovation and service quality to buying decision and the impact to repeat buying at Progo Road Bandung. *The Asian Journal of Technology Management*, 11(2), 118-124.
- Lackermair, G, D. Kailer and K, Kanmaz. 2013. *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Munandar dan Chadafi. 2016. Pengaruh Harga, *Celebrity Endorser*, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* di Media Sosial *Instagram*. *Jurnal Visioner & Strategis*, Vol. 5 No. 2, Hal. 1-8.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Nasution, Hamni Fadlilah. 2018. Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Belanja *Online* pada Febi Iain Padangsidempuan). *At- Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 4 No. 1, Hal. 26-39.
- Nurul, M., Soewarno, N., & Isnalita, I. (2019). Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia. *E-Jurnal Akuntansi*, 1855-1865
- O’Keefe, D. (2015). Persuasion. In W. Donsbach (Ed.), *The Concise Encyclopedia of Communication* (pp. 447–448). Malden, Oxford, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Phillips, Judah. 2016. *Ecommerce Analytics*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Priyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif. Sidoarjo: ZIFATAMA
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Roscoe. 1982, dalam Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: ALFABETA.
- Scherer, Siddiq, & Tondeur. (2019). The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers’ adoption of digital technology in education. *Computers & Education*, 128, 13-35. doi: 10.1016/j.compedu.2018.09.009
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Siboro, Sarah Yosefine. 2022. “Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Keamanan,

Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee”.

- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN KUANTITATIF.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: ALFABETA.
- Sukendro, S., Habibi, A., Khaeruddin, K., Indrayana, B., Syahrudin, S., Alfrets, F., & Hakim, H. (2020). Heliyon Using an extended Technology Acceptance Model to understand students ' use of e-learning during Covid-19 : Indonesian sport science education context. *Heliyon*, 6(October), e05410. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05410>
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen. Bogor: Ghakia Indonesia.
- Tanjaya, S. C., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi, Kepercayaan Dan Kemudahan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vape Di Instagram. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Usvita, Mega. 2016. Pengaruh Kemudahan Kepercayaan dan Persepsi akan Resiko menggunakan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen Lazada.co.id).
- Vanessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 51 No. 1, Oktober 2017.
- Vermaat, Shelly Cashman. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Infotek.

Wahidmurni. 2017. Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif.

Yuliawan, Eko., *et al.* 2018. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12 No. 2.

<https://jnewsonline.com/tembus-pasar-ekspor-shopee-genjot-umkm-kota-solo/>