

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Adyanto, Santosa. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal Off Management Volume 7. Nomor 1, Tahun 2018, Halaman 1-20 ISSN (Online): 2337- 3792*
- Afidah, I., & Kurniawan, A. 2020. Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan Tarbiyatul Islam*, 12-19.
- Agustin, H. G. 2021. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Pengalaman Belanja terhadap Keputusan Pembelian di Situs Belanja Shopee. Tidak Diterbitkan.
- Alma, B. 2014. Pengantar Pemasaran.
- Alma, B. 2017. Manajemen perusahaan dan pemasaran jasa.
- Alma, B. 2018. Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa.
- Anastasia, U., & Nurendah, Y. 2014. Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 181-190.
- Assauri, S. 2018. Manajemen bisnis pemasaran.
- Atmaja, N. P. C. D., & Menuh, N. N. 2019. Peran Mediasi Brand Trust Pada Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Prosiding*, (1), 1-12.
- Aziz, M. R., & Juju, H. U. 2018. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAHU BANDUNG NN* (Doctoral dissertation, perpustakaan FEB-UNPAS BANDUNG).
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus)
- Budianto, A. 2015. Manajemen pemasaran. *Yogyakarta: Ombak*, 11-57.
- Dasuki, I., & Wahid, U. 2020. Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54
- Elbadiansyah, H. 2023. *Pengantar manajemen*. Deepublish.
- Ernando, V. N., & Albanna, F. 2022. PENGARUH KEMUDAHAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT

SECARA ONLINE MELALUI TRAVELOKA. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 346-354.

Fouratama, F., & Arifin, Z. 2018. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 207-215.

Gitman, Lawrence J dan Chad J. Zutter. 2015. Principles of Managerial Finance. 14th Edition. Global Edition. Pearson Education Limited.

Handoko, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Pertama. Bandung: Pustaka Setia, Bandung.

Hasdani, H., Nasir, M., & Burhanuddin, B. 2021. Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187-196.

Indrajaya, S. 2016. Analisa pengaruh kemudahan belanja, kualitas produk belanja di toko online. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(2), 134-141.

Indrasari, M. 2019. PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.

Istanti, F. 2017. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1), 14-22.

Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. 2014. Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 888-897.

Kartika, M., & Ganarsih, R. L. 2019. Analisis e-WOM, online shopping experience dan trust terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen e-Commerce Shopee pada mahasiswa pascasarjana Universitas Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(2), 289-307.

Kotler dan Armstrong 2014 Manajemen Pemasaran, analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian.

Kotler, & Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. 2012. *Kotler on marketing*. Simon and Schuster.

Kotler, Philip., dan Kevin Keller 2016, Marketing Management, 15th Edition New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall, Inc.

Mahardika, A. F. D. B., & Firmansyah, A. 2018. Pengantar Manajemen. Sleman: CV Budi Utama  
Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.

- Manulang, D., Abdillah, L. A., & Kurniawan, K. 2017, September. Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan CMS Wordpress pada Toko Soraya Shop dengan Menerapkan Metode RAD. In *Seminar Hasil Penelitian Sistem Informasi Dan Teknik Informatika Ke-3 (SHaP-SITI2017)*. Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma.
- Narjono, A. I. 1994. Atribut Produk sebagai Dasar Keputusan Pembelian Susu. *PANDUAN UNTUK PENULISAN NASKAH*, 20, 6.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. 2019, October. Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).
- Nugroho, D. A. 2017. *Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Publik dan Nirlaba*. Universitas Brawijaya Press.
- Nurahmanto, P. A., & RAHARDJA, E. 2015. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak. com (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). Diakses tanggal 05-01-2021 <http://eprints.undip.ac.id/45651/>
- Pratama, D. P., & Sugiyono, S. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Schiffman, L. dan Kanuk, 2012. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks.
- Simamora, Bilson. 2015. *Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono, D. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi* (F. Sigit (Ed.)).
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: cetakan ke dua puluh tiga. alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, S. I. 2014. *Pengantar Bisnis, Cet. kesatu*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihanto, J. 2018. *Manajemen*. UGM press.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zalzabila. R. 2022. PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE PADA SEGMENT MILENIAL PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA MAKASSAR DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI

VARIABEL MODERASI. Retrieved from <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/24108/1/90200118103%20RIFKA%20ZALZABILA.pdf>

Sumber website:

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru> di akses pada 13 januari 2024.

