

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, I. G. B. P. 2018. “Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, (15)3.
- Aldy, Rochmat. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Anshori, Muslich & Iswati, Sri. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Armayani, Reni Ria.2021. “Analisis Peran Media Social Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online”. *Jurnal Pendidikan Tambusai* (5)3 2021, hal. 8920 – 8928.
- Canestren, Inggardini Asarila. 2021. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater”, *Jurnal Of Business Management*, ((6)1.
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, Elondri. 2017. ” Pengaruh Kemudahan, Promosi Dan Kepuasan Transaksi *Online Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Online”. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, (5)3.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadari, Nawawi H. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajdah Mada university Press.
- Hendra, & Amin, Amirudin M.. 2019. ”Analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara online di lazada.co.id (studi kasus pada mahasiswa perguruan tinggi pelita indonesia)”. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, (4)2.
- Heni, Devi A., Mursito, Bambang, & Damayanti, Ratna. 2020. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pengguna Situs Shopee”. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, (18)2.
- Ibrahim, Hudan Majid & Sudaryanto, Budi. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas

Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, (8)4.

Indrasari, M. 2019. *PEMASARAN KEPUASAN & PELANGGAN*. Surabaya: UNITOMO Press.

Iskandar Vido & Dendy, Adrian Kurniawan. 2013. “Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Alex’s Salon Darmo Park”. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* (1)2.

Istanti. 2020 Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, (2)3.

Jamaludin, Achmad, dkk. 2015. “Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, (21)1.

Khaerudin, Sri Suryoko, & Prabwani, Bulan. 2018. “Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Honda Jazz Di Pekalongan”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. (8)4.

Koesuma, Zonna Yanuar “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Indo Sunmotor Gemilang Semarang)”, *Jurnal Diponegoro Of Management*, (7)4.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. hal.498

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management* 13 Ed. New Jersey: Pearson Education

Kristiawati, Indriyana, dkk. 2019. “Citra merek persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap keputusan pembelian pada mini market indomaret lontar surabaya”. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, (2)6.

Kuspriyono, Taat. 2017. “Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar”, *Jurnal AMIK BSI*, (15)2.

Kussudyarsana & Rejeki, Lestari “Pengaruh Media Sosial Online Dan Media Promosi Offline Terhadap Pemilihan Merek Produk Skincare Dan Klinik Kecantikan”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, (22)1.

Lestari, Niken Ayudan & Iriani, Sri Retno. 2018. “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Mataharimall.com”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, (6)1.

- Makhmudah, Siti. 2019. *Medsos dan Dampaknya pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Bogor : Guepedia.
- Marihot, Yudi, et. all. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Maulides, George A. 1998. "Modern Methods For Business Research", (London: Lawrence Elrbaum Associates Publisher.
- Nur, Atajudin, dkk. 2020. "Pengaruh Promosi Offline dan Online Terhadap Keinginan Umkm untuk Bermitra dengan Smesco Indonesia". *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* (4)2.
- Nurahman, Ikhsan. 2021. *The Effect Of Customer Value And Cutomer Experience On Reperchase Decisions Trhough Customere Satisfaction On Grab Online Transportation (Survey of Grab Customers in Sleman Regency)*, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*. (8)2.
- Nursalam, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan : Pedoman skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan*, (Jakarta : Salemba Medika.
- Pane, Syafrial Fachri & Sari, Wahyu Kurnia. 2020. *Membuat Aplikasi Pengolahan Data Administrasi Barang Menggunakan Aplikasi Apex*. Bandung : Kreatif Industri Nusantara.
- Pautina, Yazid Bustomin, Ismail, Yulinda L. & Abdussamad, Zulfia K.. 2022. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)". *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, (5)2.
- Prayatno, Duwi. 2011. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom.
- Rahmadevita, Lusy Deasyana, Suharyono, & Srikandi Kumadji. 2019. "Pengaruh Reputasi Merek Dan Komunitas Pelanggan terhadap Nilai Pelanggan, Word Of Mouth Serta Keputusan Pembelian". *Jurnal Profit*. (7)1.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, Muchlisin. 2023. "Nilai Pelanggan (Pengertian, Manfaat, Dimensi dan Strategi)" dalam <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/nilai-pelanggan-pengertian-manfaat-dimensi-dan-strategi.html>, diakses 20 maret 2023 Pukul 21.29 WIB.

- Riduwan & Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan & Sunarto, 2010. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rinnanik. 2021. *Ilmu Manajemen Di Era 4.0*. Penerbit Adab.
- Riyanto, Slamet & Hatmawan, Aglis Andhita. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Safitri, Devi Diana & Pathrika, Finisica Dwijayati. 2020. “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di *Online Marketplace* (Studi Pada Konsumen Di Surabaya)”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, (8)3.
- Santosa, Singgih. 2000. *Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setyarko, Yugi. 2016. “Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*”. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. (5)2.
- Subhana, Muvidab , & Ida, E Hidayantic. 2022 “Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee, Kota Ternate).” *Jurnal Ilmu Manajemen*, (12)1.
- Subhana, Muvidab, & Hidayanti, Ida E. 2022. ”Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Market Place Shopee, Kota Ternate)”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, (12)1.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis, Pendekatan Filosofi, dan Praktis*, (Jakarta : PT. Indeks.
- Thoifah, I’anatut.2015. *Statistika Pendidikan dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tualeka, Abdul Rohim. 2019. *Metode Penelitian : Kesehatan dan Keselamatan Kerja*. Surabaya : Airlangga University Press.

Yudiana, Made, & Putu Indiani, Ni Luh. 2022. “Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* (21)1.

Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Zalora Indonesia (studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Ekonomi dan kewirausahaan*, hal. 34-49.