

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14, 2.
- Aryani, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. Skripsi, 1–162.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 1–7. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Gunawan, A. C. (2017). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi *Switching Costs*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5>
- Jackson, W. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *Spring Bed Comforta*. Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *Spring Bed Comforta*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Kiswardhana, A., & Triputranto, B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (studi pada *customer service* Stasiun Kereta Api Bandung daerah operasi II). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–9.
- Kotler, P. dan amstrong. (2014). *Principles of Marketing*. In erlangga (12th ed.).
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian POND. *BISMA Jurnal Bisnis Aco*, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa

- Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- Agatha, M. (2018). Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2), 27–35.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–15.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14, 2.
- Aryani, Y. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek. *Skripsi*, 1–162.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 1(1), 1–7. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip>
- Gunawan, A. C. (2017). Pengaruh Bauran Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline di Kota Padang. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi *Switching Costs*. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 55–66. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol15.iss1.art5>
- Jackson, W. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *Spring Bed Comforta*. Jackson R.S. Weenas - Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *Spring Bed Comforta*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Kiswardhana, A., & Triputranto, B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian (studi pada *customer service* Stasiun Kereta Api Bandung daerah operasi II). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–9.
- Kotler, P. dan amstrong. (2014). *Principles of Marketing*. In *erlangga* (12th ed.).
- Mahmudah, I. S., & Tiarawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian POND. *BISMA Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 1–10. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2769/1789>
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

Manajemen, 4(01), 9–15.

- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan *Online Shopping* di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nusarika, L., & Purnami, N. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja terhadap Niat Beli secara Online (studi pada produk fashion *online* di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 254393.
- Palopo, I. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pakaian Secara *Online* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah).
- Pramana, I., & Rastini, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1), 706–733.
- Prasetio, A. (2012). *Management Analysis Journal* Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4), 1–8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(2), 201–217.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Wibowo, J. (2020). *E-Commerce*. *Binus University*, 1. <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/e-commerce/>