

## DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma, R. A. dan W. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 14. Hal. 1–14.
- Afifi, John. 2018. *Bisa Saving tapi Tetap Shopping*. Yogyakarta: Laksana.
- Akbar, M. Fariz dan Iskandarsyah Madjid. 2017. Pengaruh Kualitas Web Dirasakan terhadap Kepercayaan dengan Sikap Berbelanja Online Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Portal Lazada.Co.Id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 2 No. 1. Hal. 85-97.
- Akbar, Mohammad Aldrin dan Sitti Nur Alam. 2020. *E-COMMERCE: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.1. Hal. 660-669.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assael, H. 2014. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Assauri Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Wali Indeks.
- Chang, Hsin Hsin dan Chen, Su Wen. 2016. *The Impact of Online Store Environment Cues on Purchasing Intention*. *Online Information Review*, Vol. 32, No.6 pp 818-841.
- Chin, W. W. 2016. Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, Vol. 22, No. 1.
- Churchill, G. A. 2015. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Churchill, Gilbert A. 2015. *Marketing Research: Methodological Foundations*. Hinsdale, IL: Dryden Press.
- Deza, Muhammad dan Permana Honeyta Lubis. 2020. Pengaruh Diskon Harga terhadap Purchases Intentions yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen dalam Pembelian Sepatu Olah Raga Secara Online di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5 No. 2. Hal. 281-293.

- Ferdinand, A. 2012. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Mukhammad, N. Rachma dan Mohammad Rizal. 2017. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan *Tagline* Gratis Ongkir terhadap Minat Beli Ulang pada Situs Shopee *Online Shop* (Studi pada mahasiswa FEB Unisma). *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 2 No. 1. Hal. 138-156.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hair, Joseph F., William Black, Barry J. Babin, Rolph Anderson. 2013. *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Prentice Hall.
- Halik, Abdul. 2020. The Impact on Trust and Online Buying Decisions Through Information Quality, Celebrity Endorser and Price Perception at Instagrams in Surabaya. *Archives of Business research*, Vol. 8 No. 2. Hal. 79-97.
- Handayani, Nisa. 2019. Pengaruh Harga Diskon dan Gaya Hidup terhadap *Impulse Buying* melalui *Emotional Shopping* sebagai Variabel Intervening pada Program *Flash Sale* Lazada. *Jurnal Manajemen*, Vol. 15 No. 2. Hal. 1-9.
- Haryadi, Hendi. 2014. *Administrasi Perkantoran untuk Manajemen & Staf*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Howard, J. A. 2014. *Consumer Behavior in Marketing Strategy*. New Jersey: Prentice Hall.
- Istiqomah, Mira dan Novi Marlana. 2020. Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *fashion*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 12 No. 2. Hal. 288-298.
- Japariato, Edwin dan Stephanie Adelia. 2020. Pengaruh Tampilan *Web* dan Harga terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan sebagai *Intervening Variable* pada *E-Commerce* Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14 No. 1. Hal. 35-43
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

- Kotler, P., Bowen, J., & Maken, J. 2019. *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Pretince Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa : Bob Sabran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran (11th ed.)*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawan, Dedik. 2015. *Panduan Cerdas Jual Beli Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kusumawati, Dyah dan Saifudin. 2020. Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli secara *Online* saat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Millenia di Jawa Tengah. *JAB*, Vol. 6 No. 1. Hal. 1-14.
- Lake, L. (2017, September 04). *The Marketing Definition of Tagline*. Dipetik March 2018, dari thebalance.com: <https://www.thebalance.com/whatis-a-tagline-4017760>.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Magetana, Dewi Yuniar. 2016. Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Baju Muslimah di *Online Shop* pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maia, Claudia Rodrigues, Guilherme Lerch Lunardi, Decio Dolci dan Livia Castro D'Avila. 2019. Competitive Price and Trust as Determinants of Purchase Intention in Social Commerce. *Barzilian Administration Review*, Vol. 16 No. 4. Hal. 1-24.
- Makmur, Rakhmat. 2018. *Manajemen E-Commerce*. Bandung: Informatika.
- Maulana, Hutomo Atman dan Yunelly Asra. 2019. Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol. 7 No. 10. Hal. 162-165.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nazirah, Ulyatul dan Sorayanti Utami. 2017. Pengaruh Kualitas Desain Website terhadap Niat Pembelian Dimediasi oleh Persepsi Kualitas Produk pada Lazada.Co.Id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 2 No. 3. Hal. 55-69.

- Nugroho, Adi. 2016. *E – Commerce*. Yogyakarta: Informatika.
- Oktari, Shahnaz. 2018. Pengaruh Kepercayaan, *E-Service Quality*, Dan Kualitas *Website* terhadap Keputusan Pembelian di Lazada pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2 No. 6. Hal. 1-20.
- Parasuraman, A. 2017. *Marketing research 2 ed. Reading*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Prasetyo, Eko Bayu, Sopiha dan Fadia Zen. 2019. The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer's Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 124 No. 2. Hal. 633-643.
- Prilano, Kelvin, Andriasan Sudarso dan Fajrillah. 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*. Vol 1, No 1. Hal. 1-10.
- Priyatno Dwi. 2015. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Purnomo, Eko. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Manajemen*, Vol. 12 No. 2. Hal. 1-18.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto. 2016. Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 38 No. 2. Hal. 184-194.
- Riyeke, U. 2015. *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sabran, Bob. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, Cyntia dan Rodhiah. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Minat Beli Pelanggan Lazada. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. II No. 4. Hal. 897-905.
- Sari, Vela Novita. 2019. Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, dan Iklan Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 17 No. 6. Hal. 1-25.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, J. Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.

Shahnaz, Nanda Bella Fidanty dan Wahyono. 2016. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, Hal. 389-400.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tanoyo, Weliyan. 2021. *Super Shopee*. Bandung: Billionare Store.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tsao, Wen-Chin, Ming-Tsang Hsieh dan Tom M.Y. Lin. 2016. *Intensifying online loyalty! The power of website quality and perceived value of the consumer/seller relationship*. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 116 Iss 9 pp. –

Umar, Husein. 2015. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Zaharuddin, Supriyadi dan Sri Wahyuningsih. 2022. *Implementasi Manajemen Pendidikan, Pemasaran dan Keuangan*. Pekalongan: Nasya Expanding Management.

Zhao, Sukuan, Yiwen Fang, Weiyong Zhang dan Hong Jiang. Trust, Perceived Benefit, and Purchase Intention in C2C E-Commerce: An Empirical Examination in China. *Journal of Global Information Management*, Vol. 28 No. 1. Hal. 121-141.

\_\_\_\_\_. 2017. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.

<https://www.iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses tanggal 21 Juni 2021.

<https://www.shopee.co.id/>, diakses tanggal 21 Juni 2021.