

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Arum. (2020). Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X Di SMK Negeri 2 Ponorogo. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Aisy, P. N. R., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Viral MArketing, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(16), 89–100.
- Anreas. M. Kaplan dan Michael Haenlein. 2010. *Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Andriansyah, Irfan. Maharani, Anastasya. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education.
- Data pengguna internet di Indonesia  
<https://dstsboks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as> diakses pada tanggal 2 Agustus 2023
- Data Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia 2018-2027  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023> diakses pada tanggal 3 Oktober 2023
- Data Rata-Rata Jumlah Kunjungan Ke-5 Situs E-commerce Terbesar Di Indonesia (Kuartal I – Kuartal II)  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-bibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun> diakses pada tanggal 3 Oktober 2023
- Davis, F.D 1989. “Perceived Usefulness, Percieved Ease Of Use, and User Acceptance of information Technology,” *Mis Quarterly* (13:3), 1989.
- E. Japarianto and S. Adelia, “Pengaruh Taampilan Web Dan Harga Terhadap minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel pada E-Commerce Shopee,” *J. Manaj. Pemasar* ., Vol.14, no. 1, pp. 35-43, 2020, doi:10.9744/pemasaran.14.1.35-43.
- Firmansyah, A. 2020. *Pengantar E-Marketing*. Qiara Media. Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). In *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen*.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Dikota Surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1), 14-222.
- Istiarni, Panggih Rizki Dwi. 2014. "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Pengguna Online Banking pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Negeri Yogyakarta". *Kajian Pendidikan & Akuntansi Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Volume 1. Nomor 3.
- Joan, L., & Sitinjak, T (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran digital Gp-Pay. *Jurnal Manajemen* , 8 (2), 27-39.
- Khotimah & Febriansyah. 2018. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kreativitas Iklan Terhadap minat beli Konsumen Online Shop. *JMSAB JURNAL*.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan AB. (2011). *Manajemen Pemasaran Indonesia* Buku 2, Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2012). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2 Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Person.
- Kuncoro Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis.3. Erlangga.
- Laras Ayu Wijyaningrum, Andriani Kusumawati, Inggang Perwangsa Nuralam. 2018. "The Effect of Celebrity Endorser On Brand Awareness and It's Impact On Purchase Decision (Study On Undergraduate Student User Of Oppo Smartphone in Malang City)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.60 No.3.
- Massie, A. K. 2020. Serta Dapat Mengekspresikan Diri Secara kreatif.
- Lexy J. Meleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Edisi Revi.p.410).

- Maskuri, Kurniawan, Wardani, & Andriyani. (2019). Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Wirausahaan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Online*, 139-150.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Nazir & Moch. 2003. Metode Penelitian. Jakarta : Salemba Empat
- Prianso, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kntemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 4(3), 403–416. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Randi. 2018. *Teori Penelitian Terdahulu*. Jakarta: Erlangga
- Reva Achyunda and Roro Retno wulan “Narasi sebagai strategi Viral Marketing Pada Akun Foodstagram @Makan Pake Receh” eproceedings of management 4.2 (2017).
- Rifqi Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi,. 2020. *ManajemenPemasaran*, Edisi Pertama. Ponorogo: Myria Publisher.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Sastika, W., 2018. Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (studi kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017). *Ikraith Humaniora*, II(2), pp. 69-74.
- Schiffman, Leon G.\_ Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior-person (2019). *In Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sobandi & Somantri. 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Winter Journal*.
- Sihombing, A.S dan Taroreh, R.N (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Jenjang Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10 (1), 1041-1051.
- SP, Sri Wiludjeng dan Tresna Siti Nurlela, 2013. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT X. Surakarta: Universitas Widyatama. Hal. 51-59. ISBN: 978-51-636-147-2

- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2011). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8 (1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Wahyudi, Arfina Nur. 2022. Pengaruh Kompetensi, Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Perawat Ruang Multazam RS PKU Muhammadiyah Gombong. Skripsi Sarjana Kebumen : Universitas Putra Bangsa.
- Wirapraja, A. & Handy Ariwibowo. 2018. Pemanfaatan *E-commerce* sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga *Sustainability* Bisnis. *Ejournal Ikaido*.
- Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Pembelian Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce Di Ubm.
- Yuliawan, dkk. 2018. Analisis pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikrosi II Medan). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.