

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, Aruf Yusuf dan Tri Septin Muji Rahayu.2021.*Pengaruh Diskon Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee (Study Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.Jurnal Manajemen,15 (2), 223 236. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+diskon%2C+qualitas+website%2C+persepsi+risiko+dan+kepercayaan+terhadap+keputusan+pembelian+pada+online+shop+shopee+studi+pada+mahasiswa+universitas+Muhammad+purwokerto&btnG=#d=gs_qabs&t=1670316390339&u=%23p%3Dg2FjU2AA63kJ
- Butarbutar, L.2019. Pengaruh *Online Customer Review, Influncer Marketing*, dan Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Shopee Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Ghozali Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendarwanto,H.(2020).BAB II Tinjauan Pustaka <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/1709/882>.Diakses pada 10 Desember 2022.
- Ilmiah, Khafidatul dan Indra Krishernawan. 2020. Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Mojokerto.Maker Jurnal Manajemen, Vol 6, No 1 (2020). <https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/143>.
- Kartikasari,Didin(2017).Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Penelitian pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Mengonsumsi Produk Mie Instan merek Indomie). <https://media.neliti.com/media/publications/74110-ID-pengaruh-perilaku-konsumen-terhadap-kepu.pdf>. Diakses pada 10 Desember 2022.
- Kotler, dan Armstrong. 2008. Prinsip prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Mulyana, Sri. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2). <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>.
- Mulyanto, Agus. 2021. *Analisis Kualitas Website Integrated Lab Journal Menggunakan Webqual Dan Importance Performance Analysis*. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(2), 405-419. <https://doi.org/10.35957/jatiasi.v8i2.256>.
- Nurahman, Ikhsan dan Anggraeni Pratama Indrianto. (2021). Pengaruh electronic word of mouth, kualitas website, reputasi vendor dan persepsi kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian situs online bukalapak di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 4 No. 4 (2021). <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.201>.
- Rahmaini, Nur, Safira, 2018, *Analisis Kualitas Website Akademik Menggunakan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (IPA)*. Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Solihin, Sepriadi dan Saefudin Zuhdi. 2021. *Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online*. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1 (1), 13-22. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+kualitas+website+dan+kemudahan+penggunaan+terhadap+keputusan+pembelian+online+studi+kasus+online+shop+eigerindostore.com&btnG=#d=gs_qabs&t=1670316839950&u=%23p%3DCpRO5aDfNNQJ.
- Shafa, Pradika Muthiya (2020). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi)*. http://repository.stei.ac.id/1544/1/21160000207_Artikel%20Indonesia_2020.pdf. Diakses pada 10 Desember 2022.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). *The effect of Online consumer review*

toward Purchase Intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. In Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science (pp. 218-230).

Sutrisno, Hadi. 2004, *Metodologi research*, Yogyakarta: Andi.

Susanto, AB, Kotler Philip. 2012, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.

Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Kencana.

Widiyanto, I., & Prasilowati, L.S. 2015. *Perilaku Pembelian Melalui Internet. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Universitas Diponegoro.109-112.

Xu, B. & Yadav, S. 2003. Effect of online reputation services in electronic markets: A trust based empirical study. Ninth Americas Conference on Information Systems. Texas Tech University, Texas.

Zamzamy dkk.(2021). Pengaruh Harga, Reputasi Vendor Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 10 No. 10 Februari 2021. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10685>.