DAFTAR PUSTAKA

Adhawiyah, Y. R., & Anshori, M. I. (2019). Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi Pada Instagram Clothing Line Bangjo. *Tirtayasa EKONOMIKA*, *14*(2), 267-281. http://dx.doi.org/10.35448/jte.v14i2.6530

Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Alamtara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *4*(1). https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499

Aldi, M., & Rizal, S. (2018). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SUZUKI SATRIA F 150 PADA PT. SINARGALESONG PRATAMA DI MAKASSAR. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, *2*(1), 91–102.

Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *9*(2), 191–200.

Amanah, D., & Layla, A. A. (2019). Pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen online shop tokopedia. com di fakultas ekonomi jurusan manajemen Universitas Negeri Medan. *LIABILITIES (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, *2*(2), 125–138.

Amstrong, & Kotler. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed., Vol. 1). Jakarta: Indeks Gramedia.

Andaiyani, S., Yunisvista, Y., & Tarmizi, N. (2020). Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Ilir. *Journal of Sriwijaya Community Services*, *1*(2), 85-92. https://doi.org/10.29259/jscs.v1i2.16

Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). New York.

Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan cafe stove syndicate semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *8*(2), 67–72.

Bashir, A., Susetyo, D., Hidayat, A., Hamira, H., & Aini, B. (2020). Pelatihan E-Commerce Pada Industri Rumah Tangga di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, *1*(1), 12-24. https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.6

Bendoly, E., Blocher, J. D., Bretthauer, K. M., Krishnan, S., & Venkataramanan, M. A. (2005). Online/In-Store Integration and Customer Retention. *Journal of Service Research*, *7*(4). https://doi.org/10.1177/1094670504273964

Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeth.

Calvin, J. (n.d.). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CALL ME BRO*.

Chintagunta, P. K., Chu, J., & Cebollada, J. (2012). Quantifying Transaction Costs in Online/Off-line Grocery Channel Choice. *Marketing Science*, *31*(1), 96-114. https://doi.org/10.1287/mksc.1110.0678

Czaplewski, M. (2021). Communication networks as the basis for functioning of the Internet. *Procedia Computer Science*, *192*, 1770–1778.

Dharmesta, B. S., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Erdogmus, I. E., & Cicek, M. (2012). The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty. *Procedia-Sosial and Behavioral Sciences*, *58*, 1353-1360. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1119

Fakhroh, I. L. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. http://eprints.umg.ac.id/id/eprint/2969

Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006). Development of A Scale to Measure The Perceived Benefits and Risks of Online Shopping. *Journal of Interactive Marketing*, *20*(2), 55-75. https://doi.org/10.1002/dir

FRANSISKA, K. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN*.

Fuller, R. M., Harding, M. K., Luna, L., & Summers, J. D. (2022). The impact of E-commerce capabilities on online retailer performance: Examining the role of timing of adoption. *Information & Management*, *59*(2), 103584.

Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing.* United States: McGraw-Hill Companies.

Hafidzi, A. A. (2013). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart. *Jurnal EMBA*, *1*.

Hafisa, D. Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal "Wardah" (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia). https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/6364

Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *9*(2), 193–213.

Harahap, D. A. (2018). Perilaku belanja online di Indonesia: Studi kasus. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, *9*(2), 193–213.

Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, *8*(1), 54–70.

Hasibuan, A. N., & Rambe, D. (2020). Perilaku konsumen dalam belanja online melalui perspektif gender. *Mediastima*, *26*(1).

Hepp, M. (2009). Product Variety, Consumer Preferences, and Web Technology: Can the Web of Data Reduce Price Competition and Increase Customer Satisfaction? *International Conference on Electronic Commerce and Web Technologies*, 144.

Hosssain, S., & Sakib, M. N. (2016). The Impact of Social Media Marketing on University Students' Brand Loyalty. *International Journal of Marketing and Business Communication*, *5*(3), 1-7. http://www.publishingindia.com/ijmbc/49/the-impact-of-social-media-marketing-on-university-students-brand-loyalty/507/3623/

Hutagaol, C. D. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan*.

Idris, F., & Idris, I. (2014). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian sepatu di toko Fajar sport kecamatan pedurungan Kota semarang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Jamilah, & Handayani, P. W. (2016). Analysis on effects of brand community on brand loyalty in the social media: A case study of an online transportation (UBER). *International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)*, 239-244. https://doi.org/10.1109/ICACSIS.2016.7872746

Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI KANTOR POS PATI 59100. *Pro Mark*, *11*(1), 10.

Khoiriah, S. (2017). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA "BAROKAH MINI MARKET GUNUNG TERANG DI KABUPATEN OKU TIMUR." *Jurnal AKTUAL*, *15*(1), 10–18.

Kidi, O. (2018). Teknologi dan Aktivitas Dalam Kehidupan Manusia. *Jurnal Media*.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (Milenium ed., Vol. 3). Penerbit Indeks.

Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1 and 2). Jakarta: PT. Index.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, Edisi Empat Belas*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Jakarta: Airlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Priciple of Marketing* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prectice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1. Jakarta: Indeks*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). Manajemen pemasaran di Indonesia. *Jakarta: Salemba Empat*.

Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *7*(3), 152–159.

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, *2*(2), 113–126.

Liang, T. P., & Lai, H. J. (2002). Effect of Store Design On Consumer Purchases: An Empirical Study of Online Bookstores. *Information and Management*, *39*(6), 431-444. https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00129-X

Mardiani, A. S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. *E-Proceeding of Management*, *5*(2). https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6959

McLeod, R., & Schell, G. P. (2007). *Sistem Informasi Manajemen* (9th ed.). Jakarta: Indeks.

Mileva, L. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)*. Universitas Brawijaya.

Mimi, S. A., & Daniaty, F. (2017). Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermat Puri Indah Di Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi*, *22*(1), 124–131.

Mitrevski, P., & Hristoski, I. (2010). E-Consumer Online Behavior: A Basis for Obtaining E-Comerce Performance Metrics. *Communications in Computer and Information Science*, *83*, 142-151. https://doi.org/10.1007/978-3-642-19325-5_15

Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, *7*(2).

Narottama, N., & Moniaga, N. E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *JUMPA*, *8*(2), 741-773. https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/download/83032/43062

Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Bisnis dan IPTEK*, *9*(2), 141-152. https://core.ac.uk/download/pdf/234663609.pdf

Pramono, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan, dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *3*(3), 421-432. https://doi.org/10.32832/manager.v3i3.3909

Pramuditha, R., Hudayah, S., & Indriastuti, H. (2021). Pengaruh E-Kualitas Layanan, E-Kepercayaan dan E-Harga Terhadap E-Kepuasan dan E-Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sosial Sains*, *1*(10).

Prihatna, H. (2017). *Profil Konsumen Belanja Online di Indonesia*. Tirto.ID. Retrieved September 12, 2022, from https://tirto.id/profil-konsumen-belanja-online-di-indonesia-cuEG

Purba, I. B. G. I. W. (2021). Pengaruh E-Price dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Era Pandemik. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Univesitas Udayana*, *10*(2), 99-108. https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index

Purba, I. B. G. I. W., & Tirtayani, I. G. A. (2021). PENGARUH E-PRICE DAN E-TRUST TERHADAP E-LOYALTY PADA ERA PANDEMIK. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, *10*(02).

Purba, R. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. The Asian Manager.

Puspitasari, N. B., WP, S. N., Amyhorsea, D. N., & Susanty, A. (2018). Consumer's buying decision-making process in E-commerce. *E3S Web of Conferences*, *31*, 11003.

Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi (JSMO)*, *2*(1), 1-5. http://eprints.undip.ac.id/14956/

Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Jakarta: Visi media.

Rizkia, S. (2021). *Digital Marketing dan Ragam Produk terhadap Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee Studi Kasus Mahaiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*. IAIN Kudus.

Robert, S., & Melinda, T. (2018). Pengaruh Motivasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan. *Media Mahardhika*, *16*(3), 456–463.

Rosdiana, E., Suharno, H., & Kulsum, U. (2018). Pengaruh Harga, Keanekaragaman Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *EKONOMI BISNIS*, *24*(2), 13-23. https://doi.org/10.33592/jeb.v24i2.520

Samora, A. (2020). Pengaruh Sosial Media Marekting Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus di Surabaya Barat). *Bachelor (S1) Thesis, Wijaya Kusuma Surabaya University*. http://erepository.uwks.ac.id/id/eprint/7220

Sanjaya, A. S. (2021, 4 5). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, *5*(4), 272-278. https://web.archive.org/web/20211203125613id_/https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/1780/1419/

Sarwono, J. (2012). *Perdagangan Online*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sinamora, H. (2016). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *1*(3), 110-229. https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1649

Starda, M. A. B., Dahda, S. S., & Widyaningrum, D. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, BRAND AMBASSADOR, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA J&T EXPRESS GRESIK MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER BERGANDA. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, *2*(2), 278–289.

Syahbani, M. F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Junal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, *1*(1), 46-58. https://doi.org/10.31294/jeco.v1i1.1426

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0 Social Media Marketing in a web 2.0 World*. Connecticut: Preager.

Ulfami, P. (2020). engaruh Desain Produk, Keragaman Produk, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada online shop Giyomi Melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, *8*(1), 702–708.

Ustadiyanto. (2002). *Framework E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

Veronika, S. (2013). Motivation of Online Buyer Behavior. *Journal of Competitiveness*, *5*(3), 14-30. https://doi.org/10.7441/joc.2013.03.02

Widyastuti, A. N., Pujiharto, P., Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *11*(2), 163–176.

Yudelson, J. (1999). Adapting Mccarthy's Four P's for the Twenty-First Century. *Journal of Marketing Education*, *21*(1), 60-67. https://doi.org/10.1177/0273475399211008

Zaenudin, A. (2017, August 18). *Profil Konsumen Belanja Online di Indonesia*. Tirto.ID. Retrieved September 12, 2022, from https://tirto.id/profil-konsumen-belanja-online-di-indonesia-cuEG

Zielke, S. (2010). How Price Image Dimensions Influence Shopping Intentions for Different Store Formats. *European Journal of Marketing*, *44*(6), 748-770. https://doi.org/10.1108/03090561011032702