

### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Distro House Of Smith (Studi Kasus Pada Konsumen Distro House of Smith Semarang)*.
- Amalia, N. R., & Saryadi, S. (2018). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online tiket.com. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 404–414. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/21057>
- Anindita, K., & Mahfudz, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kenyamanan Layanan Dan Citramerek Terhadap Kepuasan Pelanggan lazada.Co.Id (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*.
- Damasta S, M. I. (2018). Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Shopping Convenience Terhadap Customer Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada . co . id). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisni*, 7(4), 1–8.
- Emeralda, Wulandari, J., & Adistya, D. (2020). Analisis E-Trust , E-Wom , Dan E-Service Quality Dalam Keputusan Pembelian Online. *Perspektif Bisnis*, 3(2), 63–75.
- Fachrizi Alwafi, R. H. M. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Journal of Management*, 5(2), 1–15.
- Gitanjali, B. (2018). *Pengaruh E-Wom Dan E-Web Terhadap E-Loyalty Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Di Tokopedia.com ( Studi Pada Mahasiswa S1 FISIP UNDIP)*.
- Hanggono, A. (2015). Analisis Atas Praktek Tam (Technology Acceptance Model) Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 26(1),

86245.

Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>

Hendra, A. M. A. (2019). Analysis Of Effect Of Trust, Ease, and Promotion On Online Purchase Decision Of Lazada.co.id (Case Study On Pelita Indonesia Students). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), ISSN 2527-8223.

Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018a). Pengaruh Kualitas Website (Webqual) Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce ( Studi pada Konsumen PT . B ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 198–206.

Kurniawan, R., Kusumawati, A., & Priambada, S. (2018b). Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Keputusan pembelian online pada Website E-Commerce (Studi pada Konsumen PT . B ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62, 198–206. E-COMMERCE

Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>

*Lazada Group - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.* (n.d.). Retrieved April 13, 2020, from [https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada\\_Group](https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Group)

Maulana, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk PUYO)* [Fak.Ekonomi dan Bisnis Uin Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/45478>

Muhammad Rizal Yulianto, H. S. (2019). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.co.id di Semarang).*

8(2012), 1–9.

Muntianah, Tutik S. Astuti, E. S. A. D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 88–113.

Nidienna, S. A. (2017). *Pengaruh Produk Wisata Dan Electronicword Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung(Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Bondo Jepara)*.

Novirsari, E., & Tricom, S. (2019). *Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pt . Himalaya Drug Company*. 12(2), 101–111.

Nugraha, A. A., & W, H. D. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 291–300.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/14579>

Paku, I. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk (Product Quality) Dan Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen (Consumer Satisfaction)(Studi pada Konsumen E-Commerce B2C Zalora.co.id di Kota Semarang)*.

Ramawati, N. A., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Galaxy Series J Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 206–212.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/20974>

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. Sugiyono. 2013. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D.” Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. <https://doi.org/10.1>. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>