

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Aulinawan, A., Setiadi, I. K., & Nobelson. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Word of Mouth, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pegipegi. *Business management, economic, and accounting national seminar*, 2(1), 1059–1076.
- Butarbutar, M., & Dkk. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–371. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.331>
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Prajasantana, K. A., Mardiartmi, A. B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2, 187–200.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B. (2019). *Pengantar Pemasaran*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)* (4 ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan

- Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196. <https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JMS/article/view/614>
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 51–62.
- Jogiyanto, H. . (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- McLeod, R., & Schell, G. P. (2008). *Management Information Systems: Sistem Informasi Manajemen* (10 ed.). Salemba Empat.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/journalinobis.v4i4.204>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (L. Salim (ed.); Ed.5). Erlangga.
- Park, C.-H., & Kim, Y.-G. (2006). *The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers' Online Shopping Site Commitments*.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). Consumer Behavior And Marketing Strategy, Ninth Edition. In *Mc Graw*.

- Pinem, D., & Mardiatmi, B. D. (2021). Analisis Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Pendapatan terhadap Perilaku Pelaku UMKM Di Depok Jawa Barat. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 104. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.1650>
- Prajasantana, K. A., Mardiatmi, A. B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2, 187–200.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems*. Pearson Education Limited.
- Rusdiana, H. A., & Irfan, M. (2014). *Sistem Informasi Manajemen*. Pustaka Setia.
- Saputra, I. A. G., Soewarno, N., & Isnalita. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Generasi Z pada kegiatan bisnis berbasis E-commerce. *Journal of research and application: accounting and management*, 4(1), 32–51. <https://doi.org/10.18382/jraam.v4i1.003>
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior* (10 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer Behavior 12th Edition. In *Pearson* (Vol. 53, Nomor 9).
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen* (Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Shinta, A. (2019). Manajemen Pemasaran. In *Universitas Brawijaya Press*. Universitas Brawijaya Press.
- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Salemba Empat.
- Simarmata, J., Taufiq, M. E., & Sidik, J. (2020). *Pengantar Manajemen Sistem Informasi*. Yayasan Kita Menulis.

- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: buying, having, and being* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV PUSTAKA ABADI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Perilaku Organisasi*. AMUS.
- Sutabri, T. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta.
- Taufiq, R., M. Imam, M., Mukhofa, M. I., & Effendi, Y. (2020). *Sistem Informasi Manajemen : Konsep Dasar, Analisis dan Metode Pengembangan* (Edisi Ke-2). Graha Ilmu.
- Turban, E., Whiteside, J., King, D., & Outland, J. (2017). *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Springer International Publishing.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wijaya, E., & Warnadi. (2019). Factors Affecting Online Purchase Decisions At Shopee: Effect of E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 152–164. <http://www.ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Winda, J., & Haryadi, S. (2013). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Salemba Empat.
- Wulan, W. N. N., Suharyati, S., & Rosali, R. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana pada Toko Online Shopee. *Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 54–71. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.830>
- Wulandari, A. (2020). *Analisis Keputusan Pembelian Tiket Online Bioskop Melalui Aplikasi TIX.ID* [Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta]. <https://repository.upnvj.ac.id/7845/>
- Wulandari, E. (2020). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BUKALAPAK*. <https://repository.upnvj.ac.id/>
- Zaenal Aripin. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.