

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahn, T., Ryu, S., Han, I. (2004). The Impact of the online and offline features on the user acceptance of Internet Shopping malls.
- Alam, Syed S., Yasin M (2008). Perkembangan teknologi Internet di Indonesia. <http://www.teknologinet.com/2008/09/perkembangan-teknologiinternet-diindonesia.html>. 27 September 2015 (01:03).
- Andhini, A. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 6, No 7, Juli 2017.
- Astri et al. (2019). The Effect of Brand Image, Product Differentiation, and Relationship Marketing Strategy on Purchasing Decision of Toyota Brand Cars in Pekanbaru (Case Study on Toyota Agung Harapan raya). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 7. No. 3, September 2019 (286-296).
- Ayu, Dian. (2013). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 1 Nomor 1 Januari 2013.
- Basrah dan Samsul. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* | Vol. 3, No. 1, 2012.
- Hardiyanti, Maulina. (2012). Kepercayaan pada Penjual dan Persepsi Resiko pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill Company Inc.
- Jackson. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 607-618.
- Jilly. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 95-104.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., (2009). *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip and Garry Armstrong. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kodu, S. (2013). Price, Product Quality and Service Quality Influence Against The Decisions to Purchase Toyota Avanza Cars.
- Lidya et all. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. Jurnal EMBA. Vol.1.
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Vol. 2, No. 1, Tahun 2019, ISSN: 2622-6367.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan e-service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shopee di Kota Bandung 2017). *Jurnal Ikraith – Humaniora*, Vol. 2, No. 2, Juli 2018.
- Suhaily and Darmoyo. (2019). Effect of Product Quality, Perceived and Brand Image on Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product). *Jurnal Manajemen/Volume XXI*, No. 02, Juni 2017: 179-194.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Tim Riset iPrice. (2021). Peta *E-commerce* Indonesia. Retrieved from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>.
- Novera et all. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard pada PT AIM Safety Indonesia. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 04, Issue. 01, January 2019.