

DAFTAR PUSTAKA

- Anthasari, N. H., dan Erni Widiastuti. 2016. Pengaruh faktor Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi pada Resiko terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin. Universitas Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah* Vol. -14 No 3 ISSN :2085-2215
- Garib, W B., S.L.H.V. Joyce. L dan Lisbeth. M. 2019. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha. *Jurnal EMBA* Vol. 7 No. 1 ISSN : 2303-1174
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. Semarang: UNDIP.
- <https://forlap.ristekdikti.go.id>. Di akses tanggal 02 Januari 2020
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>. Di akses tanggal 09 Oktober 2019
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Di akses tanggal 09 Oktober 2019
- <https://www.tokopedia.com/about?lang=id>. Di akses pada tanggal 19 mei 2020
- Huriartanto, A., Djamhur Hamid, dan Pravissi Shanti. 2015. Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 28 No. 1
- Irawan, I. Ade. 2018. *Effect of Trust, Convinience, Security and Quality of Service on Online Purchase Decision*. *Jurnal Ekonomi* Vol. XXIII No. 01
- Jamaludin, A., Zainul Arifin, dan Kadarisman Hidayat. 2015. Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Aryka *Shop*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 21 No. 1
- Kotler, P dan K.L Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kholik Noor, Moch Yanuar dan Permatasari. I. R. 2018. Pengaruh Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Distro Overtoun Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 4 No. 2 ISSN: 2407-3741.
- Mamang Sangadji Etta dan Sopiiah.2013. *Perilaku Konsumen pendekatan praktis serta himpunan jurnal penelitian*. Penerbitan Andi Yogyakarta.

- Mantik, A. F., Lisbeth Mannaneke, dan Hendra Tawas. 2015. Motivasi dan Persepsi Konsumen pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di KFC Megamall Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 1
- Maulana, M. F, Nawangsih, dan Riza, B. S. 2019. Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen* Vol. 2 No. 1
- Moh Hastuti, N. B. H., dan Amin Sinarwaty. N. 2018. *Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision. Journal of Business and Management* Vol. 20 Issue 8. e-ISSN : 2278-487X, p-ISSN : 2319-7668
- Naomi, P.E., Ridwan Baraba dan Murry H. S. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *online* Kaskus.co.id di Purworejo.
- Poluakan, W S., Bernhard. T dan Hendra. T. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion. *Jurnal EMBA* Vol. 5 No. 2 ISSN : 2303-1174
- Pratiwi, Y. N., Suprihatmi S. W dan Sumaryanto. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *online store* Lazada. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 19 No. 4
- Primantari, A.A. Bulan Dwi Agustini dan Ni Made Purnami. 2017. Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Taksi *Online Blue Bird*. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi* Vol.23 No.2 p-ISSN : 2301-8291 e-ISSN : 2622-1489
- Rafidah, I. 2017. Analisis Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara *online* di Lazada. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 6 No. 2 ISSN : 2461-0593
- Rafiz, dkk (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 39 No.2 Oktober 2016.
- Samosir, C.B.H., dan Arief Bowo P. K. 2015. Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk *Enervon-C*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol. 1 No. 3
- Senggetang, V., Silvy L. M dan Sileyljeova M. 2019. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua. *Jurnal EMBA* Vol. 7 No. 1 ISSN : 2303-1174

Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*.

Yogyakarta: Andi Offset.

Sumiati. 2014. Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan *Brand Image* pada Keputusan Pembelian Tablet Apple Ipad. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen* Vol. 1 No. 2

Tugiso, I., Andri T. H, dan Maria M. M. 2016. Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen *online shop Numira* sebagai variabel Intervening. *Jurnal Of Management* Vol. 2 No. 2

Wariki, Grace. M., Lisbeth, M dan Hendra T. 2015. Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 3 No.2 ISSN :2303-1174

