

DAFTAR PUSTAKA

- Agustyan, fajar (2017) "Pengaruh E-Commerce, kualitas produk brand image terhadap keputusan pembelian pada industri ekonomi kreatif.pdf."
- Alfa, Alodya Ann Gita, Dewi Rachmatin, dan Fitriani Agustina. t.t. "ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN DENGAN." 13.
- Asri, Syawal. Dan Susanti, F ebsari.(2018) "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada E-Commerce Lazada.co.id (studi pada mahasiswa s1manajemen "STIE KBP" padang)".
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara yang dikutip oleh Ayu Al Khaerunisa dalam penelitian (2012:13)
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi.
- Ghozali I, Latan H. 2015. *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0*. Ed kedua. Semarang (ID): Universitas Diponegoro.
- Hertanto, Eko (2017). "PERBEDAAN SKALA LIKERT LIMA SKALA DENGANMODIFIKASI SKALA LIKERT EMPAT SKALA."
- Jamaludin, Achmad, Zainul Arifin, dan Kadarismasn Hidayat. t.t. "PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)." 8.
- Japarianto, Edwin (2020) "pengaruh tampilan web dan harga terhadap minat beli dengan epercayaan sebagai intervening variabel pada e-commerce shopee".
- Jogianto (2005). *Analisis & Desain*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Kusuma, Ardianto 2016 "Analisis faaktor-fakror yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di website Tokopedia"
- Lazuardi, Rachmat Iman. t.t. "FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT BELI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN

IPB DI SITUS BUKALAPAK.COM.” 45.

Mandasari, Kartika. t.t. “FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG.” 72.

Mustalaita (2019). “faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian online shopee(E-Commerce)”.

Nazirah, ulyatul (2017) “Pengaruh kualitas desain website terhadap niat pembelian di mediasi oleh persepsi kualitas produk pada Ladada.co.id”.

Pierendra (2016) "Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.com.pdf."

Prasetyo, Sony Agung. (2015) “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan serta dampaknya minat beli ulang”.

Puji Lestari, Fibria Anggraini. (2018). “Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.” *Sosio e-kons* 10(1):87.

Riduwan (2018) . Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung : 2018.

Rosandiena, T. T., & Indrojarwo, T. B. (2018). Perancangan Website sebagai Media Penjualan Online IKM di Jawa Timur”

Sarwono, jonathan dan Narimawati, Umi.(2015). “membuat skripsi, tesis dan disertasi, Partial Least Square SEM (PLS-SEM)”. Yogyakarta:ANDI.

Shahnaz, Nanda Bella Fidanty dan Wahyono (2016). “faktor yang memengaruhi minat beli konsumen di toko online.” 11.

Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Wibisaputra, Adiztya. (2011). “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG GAS ELPIJI 3 KG (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang)”

Wicaksono, B. L., Susanto, A., & Winarno, W. W. (2012). Evaluasi Kualitas

Layanan Website Pusdiklat BPK RI Menggunakan Metode WebQual Modifikasi Dan Importance Performance Analysis. Media Ekonomi & Teknologi Informasi”

Yusuf, muhammad (2011). “PENGARUH PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang).”