

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrade, E., 2000, *Identifying discriminating variables of online and offline buyers: A perceived-risk approach,* " *Proceedings of the 6 th Americas Conference on Information Systems*, pp. 1386-1392. Antarwiyati, P., Agus, L.N., dan Hadri, K., 2010, " *Determinan Electronic Loyalty (eLoyalty) Pada Website*, *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*.
- Annur, C. M. (2020, November 11). Shopee, Toko Online yang Paling Sering Digunakan untuk Membeli Kebutuhan. *Databoks, Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/shopee-toko-online-yang-paling-sering-digunakan-untuk-membeli-kebutuhan>
- Burhan, Ahmad F. (2020). Riset KIC: Perempuan Lebih Sering Belanja di E-Commerce Ketimbang Pria. *Katadata.co.id* <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>
- Darpito, Surpiko Hapsoro, 2015, " *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pembelian Furniture Dan Handycrat Produk Ukm Melalui Media Online Di Yogyakarta* " *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 13, No.2, 135-144.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. [https://pdfs.semanticscholar.org/ea34/9162d97873d4493502e205968ffccb23fcf2.pdf?\\_ga=2.158241020.735064401.1610725996-1209670966.1601916803](https://pdfs.semanticscholar.org/ea34/9162d97873d4493502e205968ffccb23fcf2.pdf?_ga=2.158241020.735064401.1610725996-1209670966.1601916803)
- Devaraj, Fan, and Kohli, 2003, E-Loyalty exclusive ideal or competitive edge?. *Communication of the ACM* 46, 9, Sept.2003, 184-191
- Dewi, R. P., & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2074/2081>
- Erdawati. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee*. 8(September), 365–371. <https://docplayer.info/200123269-Pengaruh-gaya-hidup-iklan-dan-harga-terhadap-keputusan-pembelian-online-melalui-shopee.html>
- Jayani, D. H. (2020). Pengunjung Situs Shopee Terbesar di Indonesia. *Databoks, Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>

- Ghozali, Imam, 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19 Edisi 07, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS* 25, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Khomarul Hidayat. (2020, September 13). Jumlah transaksi di Shopee lebih dari 2,8 juta transaksi per hari. *Kontan Co.Id*. <https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-transaksi-di-shopee-lebih-dari-28-juta-transaksi-per-hari>
- Kuncoro, M. 2009, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, PT. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, PT. Prehanlindo, Jakarta.
- Kotler, Phillip, 2003 *Marketing Managemen*, 11 th Edition. Prentice Hall. Inc. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Konsumen Beralih Berbelanja secara Digital saat Pandemi. (2020, August 26). *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/26/konsumen-beralih-berbelanja-secara-digital-saat-pandemi> *katadata.co.id*.
- Lidwina, A. (2020). Apa Layanan Digital yang Sering Digunakan selama Covid-19? *Databoks*, *Katadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19>
- Maulana, Indra, (2020). Peran Daya Tarik Konten, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Interaksi Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Daring Di E-Commerce Blibli.Com Di Purwakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 7 No. 1 Februari 2020. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.117>

- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, 7 th. Edition. PrinticeHall, new Jersey.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif , dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Solomon, Michael R., 2011, *Consumer Behavior: buying having, and being 9th Ed New Jersey*, Pearson Prentice Hall, USA.
- Survei BPS: Milenial Perempuan Paling Banyak Belanja Daring Selama Pandemi. (2020). *Medcom.Id*. <https://www.medcom.id/ekonomi/ekonomi-digital/yNLGXQPK-survei-bps-milenial-perempuan-paling-banyak-belanja-daring-selama-pandemi>
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (M. F. Rakhmat (Ed.); Pertama). PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2001, *Manajemen Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran ( Edisi III)*, Andi, Yogyakarta.
- Wolfinbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). dimensionalizing, measuring and predicting etail quality, *Journal of Retailing*. *Journal of Retailing*, 79, 183–198.  
[https://www.academia.edu/24786322/eTailQ\\_dimensionalizing\\_measuring\\_and\\_predicting\\_etail\\_quality](https://www.academia.edu/24786322/eTailQ_dimensionalizing_measuring_and_predicting_etail_quality)
- Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49.  
<https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Malhotra, A. 2002. “Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge,” *Academy of Marketing Science*, 30(4), pp.362-375.