

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah, M. R. (2015). Metode penelitian kuantitatif.
- Cristopher Pass dan Bryan Lowes, Kamus Lengkap Ekonomi, Jakarta: Erlangga, 1994, hlm. 287
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Impelementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka bengawan.
- Yusnita, M. (2010). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang Selatan

Jurnal :

- Ahamed, B., Kidane, T. T., & Sharma, R. R. K. (n.d.). *Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision of Toiletries Products: An Empirical Study on Square Toiletries... Factors Affecting Consumers' purchasing Decision through E-Commerce*.
- Agustini, N. K. D. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 127-136.
- Andromeda, K. (2015). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Bauboniene, Z., & Guleviciute, G. (2015). E-Commerce Factors Influencing Consumers' Online Shopping Decision. *Social Technologies*, 5(1), 74–81. <https://doi.org/10.13165/ST-15-5-1-06>
- Damar, H. (2019). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE LAZADA.CO.ID (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Unpas Bandung).

- Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107-116.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Herdiana, A. F. (2016). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah*. <http://repository.unpas.ac.id/40077/>
- Journal, E., Kasus, S., Mahasiswa, P., Bunga, I., Cirebon, B., & Ekonomi, P. (2021). Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Secara Online. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 26–41. <http://journal.bungabangsacirebon.ac.id/index.php/ecopreneur>
- Mangilep, M. A. A. (2022). Permintaan Pakaian oleh Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada Pasar Daring. *Jurnal Ekonomika Dan Dinamika Sosial*, 1, 76–96. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jeds/article/view/20595%0Ahttps://journal.unhas.ac.id/index.php/jeds/article/download/20595/8065>
- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., & Munawaroh, I. (2022). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce*. 1(1).
- Mican, D., & Sitar-Taut, D.-A. (2020). Analysis of the Factors Impacting the Online Shopping Decision-Making Process. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Oeconomica*, 65(1), 54–66. <https://doi.org/10.2478/subboec-2020-0004>
- MULIANI. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Kota Pontianak Dalam Melakukan Pembelian Online. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7. <http://www.albayan.ae>
- Nasution, H. F. (2018). PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.

<https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>

- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 1(2), 56-65.
- Rahman, A., Ariani, L., & Hermina, C. (2020). Peranan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian menggunakan e-marketplace (The role of consumer behavior on purchase decision making using e-marketplace in the millennial generation). *Psycho Holistic*, 2(2), 196–206.
- Rozi, I. A., & Khuzaini, K. (2021). PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Suhardi, Y., Syachroni, A., Burda, A., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh keragaman produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal stei ekonomi*, 29(02), 17-30.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Tyra, M., Lina, L., & Clara, C. (2014). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan Belanja Online. *Jurnal Manajemen Untar*, 18(3), 112511.
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Wulansari, A. D. (2012). Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan Menggunakan SPSS. *Ponorogo: STAIN Press Ponorogo*.
- Yadewani, Dorris, Syafrani, dan Ikhsan. Memilih Menjadi Pedagang Kaki Lima: Sebuah Kajian Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Informasi Terganggunya Akses Publik. Padang: Pustaka Galeri Mandiri, 2020.
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 309–320.
- Yuwono, W., & Wiwi, J. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Online di Kota Batam. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 2207–2220.

Skripsi :

Afifah, N. S. N. (2019). *PENGARUH PENDAPATAN MAHASISWA DAN PENGETAHUAN TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Bachelor's thesis).

Fatimah, D. (2022). *Analisis Pengaruh Bintang Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee* (Doctoral dissertation, S1 Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon).

Fauzy, M. Z. *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Melalui Budaya Digital pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Dan Dirasat Islamiyah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

Handayani, F. (2021). *Pengaruh Keragaman Produk, Keamanan dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online dengan Promosi Penjualan sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Segmen Remaja di Kota Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).

Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Sri, S. (2022). *PENGARUH PENDAPATAN DAN MINAT BELI TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA BANDAR LAMPUNG DIMASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Website :

<https://web.syekhnurjati.ac.id/febi/sejarah/> diakses pada tanggal 29 Mei Pukul 07.31 WIB

<https://www.pawoon.com/cara-mengikuti-trend-untuk-meningkatkan-bisnis/> diakses pada tanggal 09 Juni 2023 Pukul 00.53 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> diakses pada tanggal 25 Juni 2023 Pukul 16.55 WIB.

<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi> diakses pada tanggal 25 Juni 2023 Pukul 16.42 WIB.