

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, B. (2011). Kepercayaan Kemudahan Pada Kaskus. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, 1(1), 2008.
- Adji, J., & Samuel, H. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–10. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1394>
- Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Alfionita., & Siahaan, M. (2015). Analisis Permintaan Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame Di Kota Pekanbaru. *Jom FEKON*, 2(2), 1–11. <https://docplayer.info/64126252-Faculty-of-economics-riau-university-pekanbaru-indonesia.html>
- Anang Sugara, & Rizki Yudhi Dewantara. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online. *Administrasi Bisnis*, 52(1), 8–15.
- Andromeda, K. (2014). 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). *UMS Library*. <http://eprints.ums.ac.id/>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Armeyanti, N. (2012). *Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Melalui Media Internet*.
- Basuki, A. T. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews* (B. B (ed.)). Rajawali Pers.
- Bayu, D. J. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>

- Bindas, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga (Price), Tempat (Place) Dan Promosi (Promotion) Terhadap Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) *Juti Unisi*, 4(1), 36–44. <http://ejournal.unisi.ac.id/index.php/juti/article/view/1091>
- Dopas, F., Korompis, C., & Tawas, Y. (2020). Pengaruh Kapasitas Produksi Dan Permintaan Terhadap Pendapatan Petani Gula Aren Di Desa Tombatu 2. *LITERACY-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(2), 90–103.
- Elissa, I. (2013). Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma*, VIII(3), 143–152.
- F.X Febrianto. (2008). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Feysen melalui media sosial*. 18.
- Faisal, B. H. (1995). *Perekonomian Indonesia Menjelang Abad XXI*. Erlangga.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilarso, T. (2007). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro* (Pertama). Kanisius Jogja.
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analysis of Consumer Behavior in Deciding Online Purchase During the COVID-19 Pandemic Time Abstract. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(November), 112–122. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>
- 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>
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Users. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(3), 187–196.
- Henry Faizal Noor. (2013). *Ekonomi Manajerial*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, p. 1835).
- M. Amir Nasution. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* 59.
- Mahardini, I., & Woyanti, N. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi,

- Dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang). *Diponegoro Jurnal of Economics*, 1(2009), 1–11.
- Mahkota, A. P. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2).
- Marlinda, V., Basri, S., & Setiawan, D. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Belanja Online Pads Masyarakat Kota Pekanbaru. *JOM FEB*, 7, 1–15.
- Nasution, M. F. (2016). *Kajian Metode Suksesif Interval (MSI) dalam Mengubah Data Ordinal Menjadi Data Interval dan Dampaknya Terhadap Distribusi*.
- Nicholson, W. (2001). *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar dan Pengembangannya* (kedua). PT RajaGrafindo Persada.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). The Influence of Differentiation, Product Quality and Brand Equity Toward Purchasing Decision of Coca-Cola At PT. Bangun Wenang Beverges Company in Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 1113–1124.
- Prathama, F., & Sahetapy, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *AGORA*, 7(1).
- Pusparisa, Y. (2019). *96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 88103.
- Putri, T. C., & Gunawan, C. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan

- Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 56–65.
<https://embiss.com/index.php/embiss>
- Riskawati Eri. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Penawar Al Wahida (HPA) di Kota Jambi. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*. 8(2), 92–121.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1994). *Ekonomi* (Edisi Kedu). Erlangga.
- Selamat, I. A. B. (2018). Analisis Permintaan Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sumatra Utara (Studi Kasus Mahasiswa S1 Reguler Dan D3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Skripsi, Universitas Sumatera Utara*, 1–125.
- Siahaan, U. S. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi Masyarakat Kecamatan Jawa Maraja Bah Jambi Kabupaten Simalungun. *Universitas Sumatera Utara*, 1–84.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. PT RajaGrafindo Persada.
- Usman, & Habiba, R. (2016). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan Pengrajin Sngkok di Kecamatan Gresik Kabupaten Gresik. *Universitas Muhammadiyah*. <http://eprints.umg.ac.id/2405/>
- Wahyono, B. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan di pasar Bantul. *Jurnal Agribisnis*, 11(6), 183–201.
- Wahyudi, A. Y. H. (2017). Umumnya seorang mahasiswa yang memperoleh pendapatan akan memanfaatkan nya sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan mereka untuk sehari – hari (Wahyudi, 2017:8. *Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 107.
https://repository.usd.ac.id/11609/2/132214198_full.pdf
- Widiyanto, J. (2014). *SPSS FOR WINDOWS Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. BP-FKIP UMS.

- Widodo, D. (2016). *Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing System) dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi*. 31(2), 160–181.
- Yunita, B. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Susu Sapi Pasteurisasi di Koperasi Produksi Susu (KPS) Bogir*. 12(1), 52–60.