

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Parlaungan Nasution and Denny Ammari Ramadhan. (2019). Effect Of Competitive Prices, Completeness Of Products, And Locations On Consumer Purchasing Decisions At Metro Electronics & Furniture Rantauprapat. *Bmc Public Health*,5(1), 1–8.
- Agnes Ligia Prastitia Walukow ; *et al* (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA, Vol 2, no 3,hal 1737-1749. ISSN 2303-1174.*
- Al-Dmour, R. E. (2017). The Effect Of Lifestyle On *Online* Purchasing Decision For Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Journal Of Science And Education, 13 No. 11.*
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anita Tobagus. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Esatisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. *Agora, 6(1), 1–10.*
- Andi Fandy Tjiptono dan Gregorius C . handra. (2016). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Anggraeni, N. S., & Yasa, N. K. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol. 16 No. 2.*
- Arifin, R. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Tata Letak Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Depo Bangunan Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma*,113–127.
- Arikunto, Suharsimi. (2013).Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta. hlm 3.
- Assauri, Sofjan. (2013). *ManajemenPemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Candra, S., & Julian, M. (2018). Impact Of E-Service Quality And Customer Value On Customer Satisfaction In Localbrand. *Journal Of Binus Business Review, Vol. 9(2), 125 - 132.*

- Candra, S., & Juliani, M. (2018). Impact Of E-Service Quality And Customer Value On Customer Satisfaction In Localbrand. *Journal Binus Business*, Vol. 9(2), 125 - 132.
- Catriana, E. (2021). Aktivitas Belanja *Online* Meningkatkan Drastis, Ini Sebabnya.Kompas.<https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-onlinemeningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all>.
- Cao, Z., Chu, J., Hui, K.-L., & Xu, H. (2021). The Relationship Between *Online* Referral Marketing and Price Promotion: Evidence from a Large E-Commerce Platform. Forthcoming, *Journal of Management Information Systems*.
- Costley, K. (2014). The Positive Effects of Technology on Teaching and Student Learning. *Online Submission*.
- Daryanto, (2013), Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (cetakan 2). Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djarmiko, Tjahjono & Pradana, Rezza.(2016). Brand Image and Produ Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. ct Price; Its Procedia and Behavior Sciences.
- Dinawan, (2010), Analisis Faktor-Faktor, Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang) Tesis. Magister Manajemen Universitas, Diponegoro, Semarang.
- Dolatabadi, H. R., & Gharibpoor, M. (2012). How Can E-Services Influence On Customers ' Intentions toward *Online* Book Repurchasing ( SEM Method and TPB Model ). *International Journal of Academic Research in Business andSocial Sciences*, 2(6), 135–146.
- E-Commerce, The Nielsen Global Survey Of. (2014). *Nielsen*. Retrieved Mei 6, 2020,<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online/>.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4:
- Firdausya, P .F., & O Oktini, O. (2020) Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Go-Jek di Bandung). *Jurnal Volume 5, No. 1, Tahun 2019*.
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, I. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Grab Bike Di Kota Malang.

- Hair, J. R., R, T. R., & Black, W. (2010). *Multivariat Data Analysis, 7th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 47–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>.
- Hidayatullah, S., & Waris, A. (2018). Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol. 6 No. 2*.
- Hidayah, Riski & Utami, E. (2017). *Brand Image Dan E – Service Quality Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Proses Keputusan Untuk Membeli Produk Pada Alfacart.Com*.
- Hutama, Cristanto Leona, Subagio. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1).
- Karnelis. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap keputusan Konsumen menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase*, 6(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT.Indeks
- Krisna, Y. H. (2018). *Peran Mediasi Hargapada Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Brand Choice Dan Purchase Amount*.
- Lasyakka, B., Astuti, E. S., & Suyadi, I. (2015). Faktor Faktor Kualitas Eservice Yang Berpengaruh Terhadap Perceived Value Pada Website E-Commerce Lazada.Co.Id. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 24 No. 2.
- Mahfud, A. G., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *Journal Of Economics And Finance*, Vol. 7(Issue 4.).
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol. 6 No. 2*, 145 - 162.
- Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24041>
- Nikoloski, P. K. (2014). The Role of Information Technology in the Business Sector. *International Journal of Science and Research (IJSR)*.



- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis Of Brand Image, Brand Awareness And Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal Of Humanities And Social Sciences*, Vol. 2(8), 621 - 623.
- Nugroho, S. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Oliveira, T., Martins, M. F., & Lisboa, U. N. De. (2011). Literature Review of Information Technology Adoption Models at Firm Level. *Review of Economics Studies*.
- Padang, B. P. (2018). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved Juli 29, 2020, From <https://Padangkota.Bps.Go.Id/Dynamictable/2018/10/29/247/Jumlah-Penduduk-Menurut-Kecamatn-Dan-Jenis-Kelamin-Di-Kota-Padang-2010--2017-Jiwa-.Html>.
- Panjaitan, I. (2016, Desember). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Jurnal Media Studi Ekonomi*, Vol. 19 No. 2.
- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Mulawarman Pengguna Mobile Application Tokopedia). *Ejournal Administrasi Bisnis*, Vol. 6(3), 1076 - 1089.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2017). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Praharjo, A. (2019). Perilaku Pembelian Secara *Online* Generasi Milenial Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. XIX No. 1.
- Paramitha, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Melalui E-Commerce Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Universitas Mulawarman Pengguna Mobile Application Tokopedia). *Ejournal Administrasi Bisnis*, Vol. 6(3), 1076 - 1089.
- Raja, R. and Nagasubramani, P.C. (2018) Impact of Modern Technology in Education. *Journal of Applied and Advanced Research*,3,33-35.
- Rizan, M., Yulianti, D., & Rahmi. (2015). The Influence Of Price And Service Quality Of Brand Image And Its Impact On Customer Satisfaction Gojek (Students Study On A State University Of Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 6 No. 2.

- Rozi, I. F. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api *Online* (Konsumen Pembeli Tiket Kereta Api *Online*pt. Kai Daop 8 Surabaya Gubeng). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 1 No. 1.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Sahetapy, Joefer Pra tama. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 No.3 September 2013, Hal. 411-420.
- Shinta, Agustina, 2011, *Manajemen Pemasaran Malang*: Universitas Brawijaya Press.
- Sianturi, P. (2017). Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inspirasi*, 8 (2), 51-55.
- Simamora, B. (2016). *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Statista. (2019). <https://www.Statista.Com/Statistics/254456/Number-Of-Internet-Users-Inindonesia/>. Retrieved April 12, 2020, From <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/09/09/Berapa-Pengguna-Internet-Di-Indonesia/>.
- Sucipto, Dheasey Amboningtyas, SE, M. (2017). *EFFECT OF COMPLETENESS OF PRODUCT, LOCATION, AND PRICE ON DECISION OF PURCHASE ON MINIMARKET IN REGION OF TEMBALANG CITY OF SEMARANG*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandirerung, A. C. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Gocar.
- Teddy, A., & Zuliestiana, A. D. (2020) Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Gofood Di Kota Bandung. *Jurnal E-Proceeding Of Management* : Vol.7, No.2 Desember 2020.
- Tjiptono, F. (2012). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta:

- Tjiptono, F. . (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. (C.A. Offset, Ed.). Yogyakarta.
- Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4:
- TTjiptono, F. (2017). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman , R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>
- Utami, S.S. (2010). Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1), 61 – 67.
- Widyaputri, Y. S., Suharyono, & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Perceived Value Dan Ecustomer Satisfaction (Survei Pada Pelanggan Go-Ride Yang Menggunakan Mobile Application Go-Jek Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61 No. 1.
- Widyastuti, A. N., & Tubastuvi, N. (2020). *The Effect of Marketing Mix on Purchase Decisions*. 11(2). <https://doi.org/10.18196/mb.11295>.
- Yulianingsih, A., & Oktafani, F. (2020) Pengaruh *Brand Image* Dan *E-Service Quality* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.Com. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* Vol.8 No.1 Januari-April 2021, Hal. 141-162.
- Zeithmal at el (2017). *Service marketing integrating customer focus across the firmseventh editiom*. Mc graw hill.

