

## DAFTAR PUSTAKA

Adiwibowo, Lili, Hurriyati, Ratih, dan M. S. (2012). Analisis Perilaku Pengguna Teknologi Informasi pada Perguruan Tinggi Berstatus BHMN (Studi Penerapan Teknologi Informasi pada FPEB Universitas Pendidikan Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 10(1), 1–21.

Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran, Konsep Dasar dan Strategi*. PT Rajagrafindo Persada.

Baron, R. & Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial* (jilid 2). erlangga.

Basu, S., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty Offset.

Chai, L. T., & Yat, D. N. C. (2019). Online Food Delivery Services : Making Food Delivery the New Normal. *Journal of Marketing Advances and Practices*.

Costley, K. (2014). The Positive Effects of Technology on Teaching and Student Learning. *Online Submission*.

Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369.

Foster, B. (2017). Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.21694/2378-7031.16023>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.  
Universitas Diponegoro.

Gulo, W. (2002). *Metode Penelitian. Metode Penelitian*.

Hair, J. R., R, T. R., & Black, W. (2010). *Multivariat Data Analysis* (7th ed.).  
Pearson Education, Inc.

Kaharu, D., & Budhuti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas  
Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset  
Manajemen, ISSN : 2461-0593*, 5(3), 1–24.

Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (edisi ke 1). erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (Vol. 13).  
Erlangga.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition* (Vol. 15E).

<https://doi.org/10.1080/08911760903022556>ting Management. In *Global  
Edition*

Kulsum, U & Jauhar, M. (2014). *Pengantar psikologi sosial*. Liputan6.

[http://bisnis.liputan6.com/read/2403217/realisasi-penerimaan-pajak-2015-  
capai-815-dari-target](http://bisnis.liputan6.com/read/2403217/realisasi-penerimaan-pajak-2015-capai-815-dari-target)

Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan  
Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food*

*Delivery Service*. 18(2), 176–180.

Leon G Schiffman, L. Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. indeks.

Maharjan, S., & Khadka, Kabu. (2017). Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Customer Satisfaction and Customer Loyalty*.

Mangkunegara, A. . (2011). *Perilaku Konsumen (revisi)*. PT Refika Aditama.

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)*.

Oliveira, T., Martins, M. F., & Lisboa, U. N. De. (2011). Literature Review of Information Technology Adoption Models at Firm Level. *Review of Economics Studies*.

Parubak, B., Thoyib, A., & Sarman, A. (2010). Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pembelian Kain Donggala Di Kotamadya Palu. *Wacana*, 13(4), 592–605

Priyatmoko, S. A. (2017). *PENGARUH LIFESTYLE DAN SOCIAL INFLUENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs )*. 1–98.

Raja, R., & Nagasubramani, P. C. (2018). Impact of modern technology in

education. *Journal of Applied and Advanced Research*.

<https://doi.org/10.21839/jaar.2018.v3is1.165>

Sahetapy, J. P. (2013). diferensiasi produk sebesar 2,770 dan nilai T. *Emba, 1*(3), 411–420.

Shih-Tse Wang, E., & Pei-Yu Chou, N. (2014). Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention. *Journal of Electronic Commerce Research, 13*(2), 119–132.

Silalahi, S. L. B., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.181>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.

Suharsimi, A. (2013). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan. In *Jakarta: Bumi Aksara*.

Suharyadi, P. (2009). *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat.

Susanto, H., Kang, C. C., & Leu, F. Y. (2016). Revealing the Role of ICT for Business Core Redesign. *SSRN Electronic Journal*.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.2734917>

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta.

USMAN, R. (2017). KARAKTERISTIK UANG ELEKTRONIK DALAM

SISTEM PEMBAYARAN. *Yuridika*.

<https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4431>

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012).

Venkatesh\_Thong\_Xu\_MISQ\_forthcoming (GENDER AGE EXPERIENCE). *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

Walukow, A. L. P., Mananeke, E., & Sepang, J. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BENTENAN CENTER SONDER MINAHASAN*. 44(12), 2–8.

<https://media.neliti.com/media/publications/2337-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-dan-lokasi-terhadap-keputusan-pembelian-k.pdf>

