

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Tobagus. (2018). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA. *AGORA*, 6(1), 1–10.
- Beneke, J. and N. Z. (2014). Beyond Privat Label Panache: The Effect of store Image and Perceived Price on Brand Prestige. *Journal of Consumer Marketing*, 31(4), 301–311.
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2011). *Service quality, customer value and satisfaction relationship revisited for online wine websites In 6th AWBR International Conference, Bordeaux Management School.*
- Business.com. (2017). *Why Some Customers Prefer Online Business to Traditional Retail Stores.*
- Chang, H. Hsin, Wang, H. (2011). *The moderating effect of customer perceived value on online shopping behaviour.* 35(3), 333–359.
- Chase, R.B., Jacobs F.R., & Aquailano, N. . (2006). *Operation Management for Competitive Advantage with Global Case.* Prentice Hall.
- CNN Indonesia. (2021). *Perjalanan PSBB Jakarta Hingga Kembali ke Titik Nol.* <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200911061829-20-545178/perjalanan-psbb-jakarta-hingga-kembali-ke-titik-nol>
- Davis, D. D. (2016). *Quality management* (8th ed.). Pearson Education Inc.
- Ena, M. Y., Nyoko, Antonio E. L., Ndoen, . M. (2019). *Ena, Nyoko and Ndoen/ JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's) Vol. 10, No.3, 2019, p299-310.* 10(3), 299–310.
- Fuad, M. (2006). *Pengantar Bisnis.* PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBL SPSS 19* (15 edition).

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBL SPSS 21* (7th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi III). Badan Penerbit UNDIP. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.oooo.2017.11.003>
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., Stathakopoulos, V. (2010). “An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers’ behavioral intentions in e-shopping. *J. Serv. Mark*, 24(2–3), 142–156.
- Hosmer, D. . dan S. L. (2000). *Applied Logistic Regression* (2nd Editio). John Willey and Sons.
- Iskandar, M. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Gaung Persada Press.
- Istijanto, M. (2018). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya. (2009). *Service Operation*. Erlangga.
- Kassim, N. dan N. A. A. (2010). The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in E-Commerce Settings, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351–371.
- Kim, Hee-Woong, Yunjie Xu, dan S. G. (2012). “Which Is More Important In Internet Shopping, Perceived Price or Trust?,” *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(3), 241–252.
- Kompas.com. (2021). *Jumlah pengguna internet indonesia 2021 tembus 202 juta*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13 th ed). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12 Jilid I). Erlangga.
- Kotler, P., & L., K. K. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Pearson

Education Inc.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Stages in the Buying Process*. In P. K. KELLER, *Marketing Management* (15th edisi). Pearson Education, Inc.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016a). *The Buying Decision Process: The Five-Stage Model*. *Marketing Management*. Pearson.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016b). *The Buying Decision Process*. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kotler, Philip., dan G. A. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12th, Jilid ed.). Erlangga.

Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.

Kotler, P. & A. (2014). *Principle Of Marketing* (Bob Sabran (ed.); 12th ed.). Erlangga.

Kotler, P. dan Grey. A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 12 Jilid 2). Erlangga.

Kotler, P. dan Keller. k. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Salemba Empat.

Kotler, P. dan Keller. L. K. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.

Laksana, F. (2008). (2008). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis* (Issue P.105). Graha Ilmu.

Lemeshow, S., & Levy, P. S. (2008). *Sampling of Populations: Methods and Applications* (Fourth Edi). John Wiley & Sons, Inc.

Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel* (Cetakan ke). PT. Gramedia Pustaka Utama.

Michael, B. dan. (2004). *No Title*.

Mowen, J Paul., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga Press.

Muhasri, A. (2020). PENGARUH ULASAN PELANGGAN, HARGA, DAN

KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK DI SHOPEE (Studi Kasus Pada Mahasiswi
Universitas Pertamina). *Tugas Akhir*.

- Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Oscar, Y., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.24912/jmie.v3i1.3300>
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Peter, J. P. and J. C. O. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Cetakan Pe). Erlangga.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business* (Edisi 4). Salemba Empat.
- 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.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Baru Press.

- Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (1st ed.). <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i1.207>
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip Total Quality Service*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Wang, S., Cavusoglu, H., Deng, Z. (2016). *Early mover advantage in e-commerce platforms with low entry barriers: the role of customer relationship management capabilities*. *Inf. Manag.* 53(2), 197–206.
- warsido, elvina assadam, imam fa'at. (2020). *Pengaruh Pelayanan Kualitas Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Minimarket Arina*. X(X), 21–43.
- Wita, I Made dan Kartika, I. M. (2018). *Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Kompensasi Non Finansial Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pt. Bpr Mitra Bali Srisedana Mandiri Di Ubud*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 4(2), 67–76.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (7th ed.). Mc Graw Hi Education.
- Zeithaml, V. A. (2018). *Service Quality Dimensions . Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). MC Graw Hil Education.