

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., D Massie, J. D., Mandagie, Y., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *PENGARUH CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FEB UNSRAT DI E-COMMERCE SOCIOLLA THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS FOR FEB UNSRAT STUDENTS AT E-COMMERCE SOCIOLLA*. 10(3), 225–236. www.sociolla.com.
- Bernadeth, C., Pamukti, A., & Triyono, G. (2021). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEB MENGGUNAKAN CMS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN IMPLEMENTATION OF WEB-BASED E-COMMERCE USING CMS TO INCREASE SALES* (Vol. 19).
- Empathanussa, D., & Kadiri, U. I. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA) ling Sri Hardiningrum*. 2(1), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Hafni Sahir, S. (t.t.). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Harga, P., D., Agustina, E., Triwidyati, E., & Nurbambang, R. (2020). *Risk : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi Volume 1 Nomor 2 Tahun 2020 Judul Artikel [Book Antiqua, 14 pt, Bold] PENGARUH HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG (Studi Kasus Pada Konsumen Top Swalayan Pare Kediri)*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>
- Hidayati, N. L. (t.t.). *PENGARUH VIRAL MARKETING, ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SURABAYA*.
- Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan, J., Dinamika Bangsa Jambi, U., Paul Karolus Pasaribu, J., Suratno, E., Kadar, M., Naibaho, R., Kumara Hati, S., & Aryati, V. (t.t.). *PENERAPAN UJI MULTIKOLINIERITAS DALAM PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>

Kualitas, P., Dan, P., Terhadap, H., Pembelian, K., Satrio, B., Tulungagung, M., Triwidyati, E., Gustawan, W. D., Astuti, M. D., Ani, E. P., Ekonomi, F., & Kadiri, U. (2023). The Effect Of Product Quality And Price On Purchasing Decisions Of Batik Satrio Manah Tulungagungid 2 *Corresponding Author. Dalam *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Nomor 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Lidiawan, A. R., & Laely, R. (2022). Pengaruh Perceived Quality, Aesthetics dan Conformance Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Chatime Kediri. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 5(2), 40–53. <https://doi.org/10.22225/wedj.5.1.2022.40-53>

Metode-Penelitian-Kuantitatif. (t.t.).

Musrifah Mardiani Sanaky, L. Moh. S. H. D. T. (2021). 615-Article Text-3242-1-10-20210708. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PADA PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG ASRAMA MAN 1 TULEHU MALUKU TENGAH*, 11(1).

Nasution. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE*.

Nickofwan, *, Fernanda, A., Fernanda, N. A., Baidlowi, I., & Poernomo, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Atmosfer Café Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nabs Café Pacet-Mojokerto. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(5), 107–120. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i5.133>

Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (t.t.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.

Nursani. (2019). *ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI AKAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN E-COMMERCE MELALUI SHOPEE*.

Nurul Hakim, F., Syahfrudin, A. Z., & Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, P. (t.t.). *ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRAUSAHA*.

- Pamuleh¹, S., Satriyono, G., Triwidyati, E., & Susanto, B. (2020). *Risk : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi Risk Pengaruh Iklan Media Elektronik Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Study Kasus Pengguna Traveloka Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nganjuk)*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk>
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3236843/kasus-order-fiktif-di-lazada-meluap-warganet-ikutanbaper>.
- Primadewi, S., Fitriyari, W., Adhysti, K., Sosial, J., & Teknologi, D. (2022). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSE PADA LIVE STREAMING E-COMMERCE BERDASARKAN S-O-R (STIMULUS ORGANISM RESPONSE) FRAMEWORK*. 2(10).
- Purwati Sinulingga, C., Nawawi, Z. M., Ekonomi dan Bisnis Islam, F., & Asuransi Syariah, P. (t.t.). *Pengaruh E-Commerce terhadap Minat Berwirausaha di Era Global*. <http://www.sanur.com/>
- Riswandi. (2019). 80-Article Text-230-1-10-20210826 (2). *TRANSAKSI ON-LINE (E-COMMERCE) : PELUANG DAN TANTANGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Rozi, I. A. (t.t.). *Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Setiawati. (2021). 308-Article Text-815-1-10-20201220. *ANALISIS PENGARUH KEBIJAKAN DEVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BEI*, 1(8).
- Subkhan dan Eva Fikria STIE Widya Wiwaha, M. S. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI BUKALAPAK* (Vol. 12). <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Surya Nanda, A., & Aristyanto, E. (t.t.). *PERAN IMPULSIVE BUYING SAAT LIVE STREAMING PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS E-COMMERCE SHOPEE)*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Yoellian, Y., Satriyono, G., & Susanto, B. (2020). *Pengaruh Pelayanan, Merek, Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Di Toko Global Teleshop Kediri*. <http://ojs.unj>