

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, M.L. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Kapal Laut (KM.Kelud) PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Cabang Medan, Skripsi Dipublikasikan, Versi elektronik. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1425>.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Asadifard, Rahman, Aziz, & Hashim (2015). *A Review on Tourist Mall Patronage Determinant in Malaysia, International journal of Innovation, Management dan Technology*. Vol.6. No. 3.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Chin, W.W., & Todd, P.A. (2015). *On The Use, Usefulness, and Easy Of Use Of Structural Equation Modeling In MIS research: a Note Of Caution*. MIS Quarterly. 19. 237-246.
- Clow, K. E., & Donald Baack. (2012). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. 5th ed. Pearson Education. Prentice Hall, England.
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Kusnandar, V.B. (2021, 04 Oktober). Pengguna Internet Indonesia Peringkat Ke-3 Terbanyak di Asia. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia>.
- Kotler, P., & Armstrong G. (2011). *Prinsip-Prinsip Manajemen Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller K.L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong G. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran Edisi 14 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.

- Kunandar, A.Y. (2019). *Memahami-Memahami Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Galuh Patria
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Kurniawati, M., & Toly, A.A. (2014). Analisis Keadilan Pajak, Biaya Kepatuhan, dan Tarif Pajak Terhadap Persepsi Wajib Pajak Mengenai Penggelapan Pajak Di Surabaya Barat, *Tax & Accounting Review*, Versi elektronik, 04 (02), 01-12. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-pajak/article/view/3939>.
- Laudon, K. C., Laudon, J. P., & Elragal, A. (2015). *Management Information Systems*. England : Person Education LTD.
- Mentari, A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Atas Penggelapan Pajak (*Tax Evasion*). Skripsi Dipublikasikan, Versi elektronik.. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://repository.unib.ac.id/11799/>.
- Nasrullah, R. (2012). *Cyber Media, Pengantar Mempelajari Media Baru, Budaya Siber, dan Citizen Journalism*. Jakarta : Penerbit Sincere.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: PT. Skripta Media Creative.
- Nursani, et al. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *E-Commerce* Melalui *Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Unisma), Versi elektronik, *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 08 (09), 102-115. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/2335>.
- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Purba, B., Sudarmanto, E., Syafii, A., Zaman, N.A.N.N., Ahdiyat, M., & Umarama, A. (2020). *Ekonomi Politik : Teori dan Pemikiran*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis.
- Rahayu, P.D., & Djawoto. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia, Versi elektronik, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 06 (10), 02-20. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/2074/2081>.

- Sangaji, E.M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Shabrina. Peringkat Juara 1-10 Website, Situs Toko *Online&Ecommerce* Indonesia 2020. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <https://www.konsumendigital.com/2019/04/inilah-45-daftar-website-situs-toko.html>.
- Shinta, A. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Syarifah, Mananeke L., & Rotinsulu L.L. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland *Bakery* Manado, Versi elektronik, *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 05 (02), 245-255. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/15551>.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bekasi : Alfabeta.
- Sumarwan. U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : GhaliaIndonesia
- Suryani & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta : Andi.
- Vikriandani, E., & Fathahilah, I.A. (2021). Sosialisasi Digital Marketing bagi Umkm Stoenhouse Desa Lebakmuncang Ciwidey, *Jurnal Abdimas Tri*,

Versi elektronik, 01 (61), 45-55. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/706>.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*, Versi elektronik, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 6(1), 440-456. Diperoleh pada 27 Februari 2022, dari <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/541>.

Wibowo, S.S., & Supriadi D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Wen, Chao., Prybutok, Victor R., & Xu, Chenyan. (2011). *An Integrated Model for CustomerOnline Repurchase Intention*, Versi elektronik, Jurnal Journal of Computer Information Systems. Journal of Computer Information System.)

