

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R. Z. A. (2015). *Total Quality Management: Cultural, Implementation, and Organizational Performance Aspects (An Empirical Investigation in Indonesia)*.
- Catarina, E. (2021). *5 E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia*. Kompas.Com.
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/02/24/072440626/5-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia>
- Chandra, V. (2020). Pengaruh online shop terhadap minat beli barang secara online pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/10192-Full_Text.pdf
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Dinawan, M. R., Kunci, K., Produk, K., Kompetitif, H., Merek, C., & Pembelian, K. (2010). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia: Vol. IX* (Issue 3). www.cahyamotor.com/index
- Erwin Setiadi. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan [embelian Syrup Monin Pada PT. KHARISMA SUKSES GEMILANG. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9.
- Fransiska Vania Sudjarmika. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12.
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2).
<https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Kominfo. (2015). *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara*. Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia.
https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker

- Maylena, Y. (2019). *Analisis efektivitas iklan di media sosial instagram dan implikasinya terhadap kunjungan wisatawan di objek wisata puncak mas lampung dengan metode aias*. 1–108.
<http://repo.darmajaya.ac.id/1855/1/SKRIPSI FULL.pdf>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MS GLOW BEAUTY. *Management and Accounting Expose*, 5(1).
<https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Nabila, S. I., & Fajar, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada*, 1177.
- Prof Zudan Arif Fakhrullah. (2022). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.
<https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/273-juta-penduduk-indonesia-terupdate-versi-kemendagri>
- Purnamawati, A., & Satvika, R. (2022). E-Commerce: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 9(3), 60–72. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v9i3.490>
- Rambat Lupiyoadi, R. bramulya ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. In Rosidah (Ed.), *Salemba Empat* (6th ed.). Salemba empat.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE MELALUI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS INTERAKSI LAYANAN WEB. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 59. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.1.59-70>
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Yuliani, M. P., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49. <https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1016>

Zulfikar Hardiansyah. (2022). *Pengertian E-Commerce beserta Jenis, Contoh, dan Manfaatnya*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2022/09/26/10150007/pengertian-e-commerce-beserta-jenis-contoh-dan-manfaatnya?page=all>