

DAFTAR PUSTAKA

- Agregasi, N. (2018). *Riset: Shopee, Lazada, dan Tokopedia Brand yang Paling Diingat*. Okezone.Com.
<https://economy.okezone.com/read/2018/03/26/320/1878025/riset-shopee-lazada-dan-tokopedia-brand-yang-paling-diingat>
- Amstrong, G. (1993). *Marketing An Introduction Third Edition*. Prentice-Hall.
- Amstrong, G. K. P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Ardyanto, D. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 2(1), 5.
- Audriene, D. (2018). *YLKI: Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan*. Cnnindonesia.Com.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/ylki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan>
- Chaffey, D. (2009). *Internet Marketing Fourth Edition*. Pearson Education.
- Doligalski, T. (2015). *Internet-Based Customer Value Management*. Springer International.
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen (Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frimansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Ghozali. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gintings, Y. (2016). *Lazada Indonesia Kirim Barang Tidak Sesuai Gambar di Website*. Mediakonsumen.Com.
<https://mediakonsumen.com/2016/08/17/keluhan/lazada-indonesia-kirim-barang-tidak-sesuai-gambar-website>
- Hawkins. (2013). *Consumer Behavior 12th Edition*. Mc-Graw-Hill International Edition.

- Hurriyati, R. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan. *Pendidikan Manajemen Bisnis*.
- Jannie, D. N. (2012). *Statika Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang University Press.
- Jasfar, F. (2012). *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Salemba Empat.
- Jayani, D. H. (2019). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019. *Katadata.Co.Id*.
- Jusuf. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi.
- Kore, E. L. R., Lamalewa, F., & Mulyaningsih, A. (2018). The influence of promotion, trust, and convenience to online purchase decisions. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 77–83.
- Kotler, Philip; Amstrong, G. (2007). *Marketing an Introduction*. Pearson.
- Kotler, Philip; Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*. Indeks.
- Lamb, Charles W; Hair, J. F. (2001). *Pemasaran Buku Dua*. Salemba Empat.
- Lu, B., Fan, W., & Zhou, M. (2016). Social presence, Trust, and Social Commerce Purchase Intention: An Empirical Research. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.057>
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 93. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6656>
- Nemati, H. R. (2011). *Security and Privacy Assurance in Advancing Technologies*. IGI Global.
- Peter, Paul & Olson, J. (2010). *Customer Behavior & Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Rahayu, S., Zuriyah, Z., & Bonita, S. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 298. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i3.3374>
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.

- Schiffman, L. (2012). *Consumer Behavior*. Transatlantic.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Setiawan, S. R. D. (2019). E-commerce Apa yang Pimpin Pasar Indonesia? *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2019/08/26/122218226/e-commerce-apa-yang-pimpin-pasar-indonesia>
- Solomon, M. (2017). *Consumer Behavior*. British Library.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Center for Academic Publishing Service.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Center of Academic Publishing Service.
- Supranto, J. L. N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Kedua). Mitra Wacana Media.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. In *Liberty*, Yogyakarta. Liberry Offset. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Turban, E. (2010). *Electronic Commerce 2010 a Managerial Perspective Sixth Edition*. Prentice-Hall.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Kedua). PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, R. dan H. I. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease Of Use dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Toko Pakaian Online. *Jurnal Psyche* 165, 12(2), 3–5.
- Warayuanti, W., & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/20944>
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Deepublish.
- Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.

Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. Katadata.Co.Id.

