

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali Di Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(8), 4153. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i08.p05>
- Adiputra, yustinus riyana, & Khasanah, I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 5(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ari Suryawan. (2019). belian pada marketplace Shopee. *Skripsi*, 1–114.
- Baiin, J. T. (2016). Pengaruh Kualitas Website Pada Perceived Trust Dan Niat Beli Ulang: Pengujian Efek Moderasi Variabel Website Brand Dan Persepsi Nilai. *Sereal Untuk, 2000*, 9–24.
- Epriani, N. C. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Website Mizanstore.Com Terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Metode Webqual 4.0 dan E-S-Qual*.
- Iriani, F., & Indriyani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Jamaludin, A. (2015). PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 21(1), 85820.

- Nani Agustina. (2017). Kualitas Layanan Website E-Commerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual. *Journal of the Optical Society of America A*, 34(5), 798. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/ISBI/article/view/171/253>
- Nugroho, S. A. (2017). Peningkatan Kualitas E-Services, Website Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Strategi Digital Marketing (Studi Kasus Di Insight Out). *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Permana, F. I., & Anwar, S. (2016). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 21(100), 53–61.
- Ramadhani, M. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). *Proceeding Sendiu*, 978–979.
- Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian pada Website e-commerce Traveloka. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016)*, 2016(Sentika), 18–19.
- Sofyan, M., Junaidi, A., & Rahmawati, N. F. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi PT. Kadiri Logistik Cargo. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4789(April).
- Winarti, & Munggaran, L. C. (2014). Pengukuran Kualitas Situs Perguruan Tinggi Dari Sudut Pandang Pemakai Dengan Menggunakan WEBQUAL 4.0. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer Universitas Gunadarma*, 6–14.

Tri Widodo, T., Alamsyah, N., & Utomo, C. B. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Telkom Indonesia Cabang Batam. *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, 2(1), 97. <https://doi.org/10.36352/jik.v2i1.77>