

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Fathiin Lu'lu'in Nisaa. 2018. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Di Warung Spesial Sambal “SS” Codongcatur Timur*. KTI pada Pendidikan Teknik Boga Negeri Yogyakarta: tidak diterbitkan.
- Rizki Amalia, Citra Firmadhani. 2022. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Bandung: RTujuh Mediaprinting
- Fakhita Rezani Alhamid, *Et al.* 2023. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Jayapura*. *Research Gate* Vol. 3 No. 3 hlm 153-163.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. cetakan ke I. Bandung. Alfabeta.
- Fitria Dewi Wulandari. 2011. *Hubungan Dukungan Suami Dengan Pengambilan Keputusan Pemakaian IUD (Intra Uterine Device) Di Padukuhan Bangunharjo Turi Sleman Pada Tahun 2010*. Thesis (tugas akhir) pada Universitas Aisyiyah Yogyakarta (UNISA) : tidak diterbitkan.
- Azizah Nurul. 2020. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen (Studi Kasus PT. Semen Tonasa Cabang Pangkep)*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar : tidak diterbitkan.
- Zeta Mutia Adinda. 2022. *Mengembangkan Aktivitas Anak Dan Kemampuan Motorik Halus Anak Menggunakan Model Enak Pada Kelompok A1 Di TK Kemala Bhayangkari 09 HSU*. Skripsi pada Universitas Lambung Mangkurat FK Keguruan dan Ilmu Pendidikan Banjarmasin : tidak diterbitkan.

Dr. Dhiraj Kelly Sawlani, S.E, M.MSi. 2021. *Keputusan Pembelian Online :Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Terbitan ke – 1. Scopindo Media Pustaka.

Hotman Nicolas Badjo, *Et al.* 2023. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Research Gate* Vol 4, No 6, hlm 359-366.

Badan Pusat Statistik. 2023. *Statistik eCommerce*. BPS – Statistics Indonesia.

Wika Dwi Sampita. 2021. *Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah Di Kota Malang)*. Thesis (sarjana) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Ishma Alfisa Martianto, *Et al.* 2023. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. *JIMEA (Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* Vol 7, No 3, hlm 1370 – 1385.