

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Budi, Rahayu. 2020. Manajemen Pemasaran :Manajemen Pemasaran. Bali.
- Kotler, Philip and Armstrong Gary, 2008 .*Principiles Of Marketing. (12th Edition), New Jersey: Pearson Pentice Hall.* Bob Sabran (Penerjemah). 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, jilid 1, penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip and Keller Kevin Lane. 2006. *Marketing Managemen, (12th Edition) Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, inc.* Bob Sabran. (Penerjemah), 2009. Manajemen pemasaran. Edisi 12 jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ritonga Husni Muharram, Fikri Mifta El, Siregar Nurafrina, Hidayat Rahmat & Agustina Rian R. 2018. Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi, Medan, penerbit Cv Manhhaji.
- Sugiyono, 2016. Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D, Bandung: Alfa Beta.
- Yulianti & Lamsah Hj. 2012. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta, Cv Budi Utama

Skripsi/Tesis/Jurnal :

- Aini, Nianur. 2023. Eksistensi Pedagang Pasar Malam Puskopau Kota Pekan Baru Dalam Persaingan Ekonomi Modern Menurut Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru,30.
<https://repository.uin-suska.ac.id/75484/>
- [Ajjah Hilyatul Jijah, & Selvi Evi, 2021. Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa Wilayah Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor, Fakultas Ekonomi Universitas Singa Perbangsa Kerawang.233. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9800>](https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/9800)
- Alamsyah, Nadir & Saino. 2021. Pengaruh Fitur Produk dan Promosi *Cashback* terhadap Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri, Surabaya18(4),624-634.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/about>
- Andryano, 2014. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfatan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap minat Menggunakan rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah istimewa Yogyakarta) Program Studi Akuntansi, Jurusan Pendidikan Akuntansi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 43.
<https://eprints.uny.ac.id/17175/>

Anggreini & Suparwati, 2020. Pengaruh Media Sosial dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *Adorable Projects* Cimahi Jawa Barat,99.
<http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1974>

Djuang, Gaudensius. 2006. Motif Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit di Kota Kupang. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
<http://repository.unwira.ac.id/9740/6/BAB%20V.pdf>

Dewi, Ari Puspita Ni Made & Warnika I Gde Kt. 2016. Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Niat Menggunakan *mobile commerce* Di Kota Denpasar, 7.
<https://media.neliti.com/media/publications/251442-peran-persepsi-kemudahan-penggunaan-pers-198c6e75.pdf>

[Da. Costa, Inacia Guterres. 2019. Pengaruh Iklan Internet dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Xiaomi* Pada Empat Counter di Kota Atambua. Universitas Widya Mandira Kupang, 9.
<http://repository.unwira.ac.id/2954/>](http://repository.unwira.ac.id/2954/)

Ernawati, N, & Noersanti, L. 2020. *The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use and Trust on Interest in Use in The OVO Application. Indonesian College of Economics*, 27. www.bi.go.id/id/statistik
<https://ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/908>

Enre, Ambo, Hutagalung Debora, Ong Marsella & Simbolon Henri. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Cv Obor Pematangsiantar, Sekolah Tinggi Akuntansi Dan Manajemen Indonesia, 325.
<https://owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/173>

[Giningroem, P. Dewisriwoelandari , W. Novita, Setyawati & Supriyanto. 2022. Peran Harga Dan Penawaran *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian *Go-foot* Dengan Menggunakan Pembayaran Digital *Gopay*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta, 178.
<https://www.neliti.com/id/publications/436349/peran-harga-dan-penawaran-cashback-terhadap-keputusan-pembelian-go-food-dengan-m>](https://www.neliti.com/id/publications/436349/peran-harga-dan-penawaran-cashback-terhadap-keputusan-pembelian-go-food-dengan-m)

[Hayati, Zahra . 2019. Teori Teori Pengambilan Keputusan. Universitas Negeri Padang Indonesia, 1.
<https://osf.io/preprints/inarxiv/qm8pj>](https://osf.io/preprints/inarxiv/qm8pj)

Hermawan, Fajar Tri.& Budiono 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi), Prodi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 6.
<http://repository.stei.ac.id/1856/>

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace *Shopee* Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
<https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>

Kastori (2023). Pengertian Keputusan Pembelian menurut para ahli,1.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli?page=all>

Kastori Rina, 2023. Pengertian Menurut Ahli: 1 Keputusan Pembelian. *Kompas.com*.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>

Khairani, D. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sirkah Purbantara Utama, 10, 1–18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3958>

Khoirunnisa, & Dwijayanti, Renny. 2020. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, dan Promosi *Cashback* Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi OVO Sebagai Alat Transaksi Belanja, Program Studi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 979.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40007>

Kholis, Annisa Azzahra. 2019. Pengaruh Keamanan Situs, Kepercayaan, Terhadap Minat Beli Di Situs Belanja *Online Shopee*. Universitas Telkom S1 Administrasi Bisnis ,4.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/152213/pengaruh-keamanan-situs-dan-kepercayaan-terhadap-minat-beli-di-situs-belanja-online-shopee.html>

Kurniawan, Johannes. 2021. Akademi Pariwisata Bunda Mulia, Faktor *Cashback* Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran *Go-pay* Melalui Aplikasi *Go-jek* Di *Burger King Central Park*. Program Studi Ilmu Parawisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 14.
<http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata/article/view/4400>

Latoe, Anindhitha Vega. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Kualitas Sistem Informasi, Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi, 13.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/44235/15312385.pdf?sequence=1>

- Mardani, Endang & Imanuel, Jorge Orland. 2013. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media *Online*. Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul Jakarta, 155. <https://www.neliti.com/publications/17909/analisis-keputusan-pembelian-konsumen-melalui-media-online-e-marketing>
- Marlius. Doni. 2017. Keputusan Pembelian Berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran PT. Intercom mobilindo padang, 2. <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/9/0>
- Maulana, M Wildan. 2019. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Giftohandicraft* Di Instagram. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 1. <http://etheses.uin-malang.ac.id/15650/1/14410218.pdf>
- Mifta Putra, 2022. Pengertian, Aspek, Dan Indikator Kepercayaan Konsumen, 1. <https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/indikator-kepercayaan-konsumen/>
- Mokoagouw, S. Massie J & Wenas R. 2018. Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Terhadap Loyalitas Nasabah, 250. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/jrbm/article/view/20142>
- Murdiyanti, Ria. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi *Shopee*. (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)
- Muslimah, S. 2021. Analisis Dampak Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Persepektif Marketing Mix, 1. https://www.researchgate.net/publication/348207593_Analisis_Dampak_Kepercayaan_Terdapat_Keputusan_Pembelian_Online_Perspektif_Marketing_MIX
- Nadir Alamsyah, Saino Saino . (2021). Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi *Cashback* Terhadap Keputusan Pembelian. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, 1. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/view/9888>
- Nopy Ernawati, Lina Noersanti 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi *OVO*. Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia, 30. <https://www.ejournal.stei.ac.id/index.php/ManajemenSTEI/article/view/908>
- Nurrohyani & Sihaloho. 2020. Pengaruh Promosi *Cashback* Pada *OVO* dan *Go-Pay* Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadran, 1. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/3764>

- Nugroho, Reza Aditya.2020. Pengaruh Keyakinan Lokasi,Tarif Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Pegadaian segmen Syariah (Studi Pada Nasabah Pegadaian Syariah Kota Tangerang Selatan), 6. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/194644/>
- Priasanti, Ditha. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran,17. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/645>
- Faishal, Octaviyanto. 2022. Pengaruh *Flash Sale* dan *Cashback* terhadap perilaku *Impluse Buying* Pada Pengguna Tokopedia, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia,15. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/6124/>
- Muhamad, Rusakamto. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Website, Citra Instansi Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Adiministrasi Hukum Umum Cikini Jakarta (KEMENKUHAM),3. Bandung: CV. Alfabeta. Etta Mamang Sangadji, dan Sopiiah,111. <http://repository.stei.ac.id/3210/>
- Safrudin, Wahyu Septian. 2020. Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Ovo,(Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkucecwara Malang, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara Program Studi Manajemen Malang, 2. <https://repository.stie-mce.ac.id/1078/1/1.%20%20COVER.pdf>
- Sahetapy, Jofer Pratama. 2013. Diferensial Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD-Sinar Sakti Manado, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas SamratulangiManado,141. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2055>
- Sani, Fauziayah Dinda. 2021. Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan *E-commerce Shopee* Di Kota Padangsadipun, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mjuhammadiyah Sumatera Utara Medan. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16519>
- Santoso Teguh. 2021. Tips Membangun ,Kepercayaan Konsumen Bagi Pebisnis Pemula, 1. <https://ptic.or.id/berita/tips-membangun-kepercayaan-konsumen-bagi-pebisnis-pemula/2021-10-11>
- Saputra, Tri Setiawan & Sunarti Hidayat Kadarisman. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Iphone* (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). 86-87.

<https://www.neliti.com/id/publications/189135/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-dan-dampaknya-terhadap-keputusan>

Sari, Risha Fatikha, Sutiana Pradipta Elvira & Sudrajat Ajat. 2022. Pengaruh Potongan Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital *ShopeePay*, Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang, 482.

<https://media.neliti.com/media/publications/395215-the-influence-of-discounts-and-ease-of-u-c57abcaf.pdf>

Selian Suci Alasta. 2017. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Produk *Smartphone oppo* (Studi Kasus Di Plaza Medan Fair), Fakultas Psikologi Universitas Medan. 9-11.

<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/1406>

Sembiring, Ivan Glory. 2016. Analisis perilaku Konsumen Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Melia Sehat Sejahtera Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen Universitas Medan.

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/8450>

Setianingsih, Rita, Bunfa Liaw, Rakhman Abdulah & Prasetyo Ari. 2022. Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Gooma Tea Bar Mal Kelapa Gading Di Jakarta Utara, 1076. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/2319>

Setyawan Bobby, Hidayat Wahyu & Listyorini S. 2012. Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, (Studi Kasus Pada Pembeli Surat Kabar Harian Suara Merdeka di Kota Semarang) 4.

<https://media.neliti.com/media/publications/137977-ID-pengaruh-harga-promosi-dan-kualitas-prod.pdf>

Sherina. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarang Mas Sejahtera, . Skripsi thesis, Prodi Manajemen.4.

<http://repository.upbatam.ac.id/2910/>

Soeprajitno, Ichsanudin & Bahrowi Imam 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri), 11-15.

<https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/169>

Suryabrata. 2004. Uji Reliabilitas.

<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/1>.

Surya, Melati Hadisa & Handayani Trustorini. 2019. Pengaruh Orientasi

Kewirausahaan dan Penggunaan E-commers Terhadap Kinerja Usaha,50. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Komputer Indonesia.
https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1870/13/UNIKOM_Hadisa%20Melati_ARTIKEL.pdf

Thein, Imelda & Mitang, Benigno Berno.2021. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Komitmen Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Dinas Pariwisata Kab. Malaka,32.
<https://jurnal.unimor.ac.id/index.php/JIE/article/view/1737>

Yoneta 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Promosi *Cashback* dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Dompot Digital *Shopeepay* Pada Aplikasi *Shopee*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 6.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41808>

Wicaksana, Primaraga Sumaantri Indra & Baldah Nasrun. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Di PT. Mitra Indah Properti, Universitas Pelita Bangsa.
<http://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/794/542>

Willy,W. 2018. Analisis Fashion *BRAND* Terhadap Perilaku Konsumen Wanita Pengguna Sosial Media Di Surabaya Barat, 129.
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/672>

Wulandari Okky.2016. Pengaruh Budaya Kerja Dan Inovasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Kebun Gunung Pamela, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan, 33.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/801>



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114
Jl. Prof Dr. Herman Johannes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.
Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 1290/WM.H16/SK.CP/2024

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Estin Anggraini Pango
NIM : 32119118
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Drs.Ec.Gaudensius Djuang, MM
2. Engelbertus,G,C,Watu, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN pemakatan,
PROMOSI CASHBACK DAN KEPERCAYAAN
kepada PENGAMBILAN Putusan membeli REMAJA
MENGUNAKAN E-WALLET SHOPEEPAY PADA
APLIKASI SHOPEE DI KOTA KUPANG**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **12 (Dua Belas) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 08 Oktober 2024

Kepala UPT Perpustakaan,



Silvester Suhendra, S.Ptk