

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran* (5th ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Agustina, I., Sumarwan, U., & Kirbrandoko, K. (2017). Consumer Preferences and Segmentation Analysis of Bogor Culinary Tourism. *Journal of Consumer Sciences*, 2(1), 13–24.
- Agustina, L., & Kurniawan, F. (2018). Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 28–43.
- Aisyah, L., & Achiria, S. (2019). Usaha Bisnis E-commerce Perspektif Ekonomi Islam (studi pada bisnis @lisdasasirangan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 187–200.
- APJII. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018*. [online]. <https://apjii.or.id/survei> [29 Oktober 2019]
- Aryani, L. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online di Online Shop Lazada. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–52.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran* (1st ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Batavio, A. B., Amani, H., & Tripiawan, W. (2017). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Website Bukalapak Dengan Metode Conjoint. *EProceedings of Engineering*, 4(2), 2813–2820.
- Chaudhary, S., & Singh, A. (2016). Attributes affecting online shopping a factor analytical approach. *BEST: Journal of Humanities, Arts, Medicine and Sciences*, 2(2), 83–98.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Fakhrurrozi, & Alchudri. (2016). Analisis Perilaku Berbelanja Online Konsumen Muslim dalam Perspektif Gender di Provinsi Riau (Ditinjau dari Perceived Risk,

- Service Infrastructure, dan Acquisition Utility). *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 15(1), 78–98.
- Fauzy, U. (2014). Aplikasi Analisis Konjoin dengan Model Regresi Logistik dalam Mengukur Preferensi Mahasiswa dalam Memilih Handphone. *Jurnal Matematika UNAND*, 3(1), 132–139.
- Fitriya, E. (2017). Analisis Pengaruh Islamic Branding terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Produk. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 2(1), 31–41.
- Haines, S. (2014). *The Product Manager's Desk Reference* (2nd ed.). United States: McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Hartalita, L., & Sharif, O. O. (2017). Analisis Preferensi Konsumen Muda terhadap Iphone di Kota Bandung. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 3(2), 85–158.
- Hatch, E., & Farhady, H. (1981). *Research Design and Statistics for Applied Linguistics*. Tehran: Rahnama Publications.
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif)* (1st ed.). Depok: Kencana.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan* (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., Ariyani, M., Mansur, D. M., Marhaeni, G. A. M. M., Tohir, L. M., Gaffar, M. R., Has, M. N., & Yuliansyah, S. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi* (1st ed.). Bandung: PT Refika Aditama.
- iPrice. (2019). *Peta E Commerce Indonesia*. [online]. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/index.html> [29 Oktober 2019]

- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *EKSIS*, 10(1), 13–27.
- Julianisa, R. D., Safitri, D., & Yasin, H. (2016). Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswi Departemen Statistika Universitas Diponegoro. *GAUSSIAN*, 5(4), 747–756.
- Jum'ah, & Syarfan, L. O. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Memilih Berbelanja Fashion (Pakaian) pada Online Shop Lazada (Survei pada Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, 4(1), 57–70.
- Karmawan, I. G. M. (2014). Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan dalam Proses Bisnis E-Commerce pada Perusahaan Amazon.Com. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 748–762.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management* (Global). England: Pearson Education Limited.
- Kucukusta, D. (2017). Chinese travelers' preferences for hotel amenities. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1956–1976.
- Lee, S. H. (2018). Guest preferences for service recovery procedures: conjoint analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(3), 276–288.
- Lestari, F. A. P. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Sosio E-Kons*, 10(1), 87–95.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Malhotra, V. K. G. G. (2016). Determining customers' preferences for housing attributes in India. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 9(4), 502–519.
- Matdoan, M. Y., Rupilu, I. Y., Lesnussa, Y. A., & Wattimena, A. Z. (2019). Analisis Konjoin untuk Menentukan Persepsi Mahasiswa Matematika terhadap Dosen. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(2), 79–88.

- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Monica. (2010). Pengaruh Warna, Tipografi, dan Layout pada Desain Situs. *Jurnal Humaniora*, 1(2), 459–468.
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26–39.
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik* (1st ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisa, Z. (2017). Atribut Produk KFC di Restoran KFC Tamini Square Pinang Ranti Jakarta Timur. *Jurnal Utilitas*, 3(1), 40–49.
- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce; Teori dan Implementasi* (1st ed.). Yogyakarta: Ekuilibria.
- Nuraryo, I. (2018). Studi Eksploratif Perilaku Pembelian Produk – Produk di Tiga Situs Belanja Online. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 6(2), 23–33.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Pratama, I. (2015). *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce* (1st ed.). Bandung: Informatika Bandung.
- Pratama, R. (2014). Persepsi User terhadap Desain Website E-Commerce (Studi Pada Pengguna Website JKM Store). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 1–6.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Puspitasari, E. D., Sarma, M., & Najib, M. (2017). Preferensi Konsumen Dan Strategi Pemasaran Produk Puree Bayam Organik Studi Kasus Di Cv. Addin Abadi Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2), 209–216.
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2014). Analisis Preferensi Konsumen dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110–127.

- Rahardi, N., & Wiliasih, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 180–192.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar* (1st ed.). Jakarta: PT Elex Metia Komputindo.
- Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rodrigues, D. M., Rodrigues, Jéssica Ferreira Souza, Vanessa Rios de Carneiro, J. de D. S., & Borges, S. V. (2018). Consumer preferences for Cerrado fruit preserves: a study using conjoint analysis. *British Food Journal*, 120(4), 827–838.
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Metia Komputindo.
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (6th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Wienblit, J. L. (2015). *Customer Behavior* (11th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 128–147.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 111–119.
- Shidrawi, G. R., & Suyanto, A. M. (2019). Analisis Preferensi Konsumen dalam Memilih Sepatu Berbahan Dasar Kulit di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16(2), 164-170.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*, 9(1), 23–36.

- Sofian, S. (2017). Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Web (Studi Kasus Untuk Vendor Pernikahan). *Jitekh*, 6(2), 52–57.
- Srinanda, D., & Mustikasari, A. (2018). Analisis Preferensi Konsumen di Kota Bandung terhadap Atribut Produk Televisi Berbayar Tahun 2018. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Manajemen*, 1(1), 39–46.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *Agora*, 5(1), 1–7.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran* (1st ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (2nd ed.). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Suzianti, A., Faradilla, N. D. P., & Anjani, S. (2015). Customer preference analysis on fashion online shops using the Kano model and conjoint analysis. *International Journal of Technology*, 6(5), 881–885.
- Syarif, A., & Wijayanto, H. (2017). Analisis Pengaruh Kemenarikan Desain Website, Kepercayaan Dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah. *Ikraith-Informatika*, 1(2), 94–103.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran (Esensi & Aplikasi)* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.

- Warayuanty, 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), 74–80.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarmas. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1), 12–26.
- Widiyanto, I., & Prasiliwati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 109–112.
- Wijaya, M., & Jasfar, F. (2014). Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(2), 31–62.
- Wijayanti, N. S. (2018). Peran E-Servqual Dalam Customer Engagement. *Jurnal Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 15(1), 36–42.
- Yovirizka, I. U., & Wahjoedi. (2018). Trend Keputusan Belanja Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi UM Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 41–47.
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (1st ed.). Bandung: Pustaka Setia.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmawati terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. *Jurnal LONTAR*, 6(3), 43–57.
- Zulfa, L., & Hidayati, R. (2018). Analisis pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 7(3), 1–11.